

Sariina Vierimaa

**VERKKOSIVUSTON SUUNNITTELU JA TOTEUTUS
NERO HIERONTAKAARELLE**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Mediatekniikan koulutusohjelma
Lokakuu 2017**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Lokakuu 2017	Tekijä Sariina Vierimaa
Koulutusohjelma Mediatekniikka		
Työn nimi Verkkosivuston suunnittelu ja toteutus Nero Hierontakaarelle		
Työn ohjaaja Eija Huotari		Sivumäärä 40 + 1
Työelämäohjaaja Reijo Vierimaa		
<p>Tässä opinnäytetyössä perehdytään verkkosivujen suunnitteluun ja toteutukseen. Verkkosivujen toteutukseen käytettiin WordPress-sisällönhallintajärjestelmää.</p> <p>Tarkoituksena oli kehittää Nero Hierontakaarelle uudet verkkosivut, jotka tukisivat tuotteen markkinointia ja helpottaisivat käyttäjien tiedonsaantia. Verkkosivuja varten tuotteet myös kuvattiin studiossa, parempien mainoskuvien saamiseksi. Internet-sivuista myös tehtiin sel-laiset, että toimeksiantajan on helppo itse päivittää niitä tarvittaessa.</p> <p>Opinnäytetyön lopussa pohditaan omaa käyttökokemusta WordPressin soveltuvuudesta verkkosivujen suunnitteluun ja toteutukseen. Jatkossa yrityksen on tärkeää päivittää sivuja säännöllisesti, jotta tieto on ajan tasalla.</p>		

Asiasanat

Nero Hierontakaari, responsiivisuus, sisällönhallintajärjestelmä, verkkosivusto, WordPress

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date October 2017	Author Sariina Vierimaa
Degree programme Media technology		
Name of thesis Design and implementation of the website for Nero Hierontakaari		
Instructor Eija Huotari		Pages 40 + 1
Supervisor Reijo Vierimaa		
<p>This thesis focused on designing and implementing web pages. WordPress Content Management System was used for implementing the web pages.</p> <p>The aim was to develop a new website a for Nero Hierontakaari to support product marketing and facilitate information access of Nero Hierontakaari users. For the websites, the products were also photographed in the studio to get better advertising images. The Internet site was also made so that the client can easily upgrade them if needed.</p> <p>At the end of the thesis, my own experience of using WordPress for web design and implementation is evaluated.</p>		

Key words**Content management System, Nero Hierontakaari, responsive, website, WordPress**

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

CSS	Cascading Style Sheet on www-dokumenteille kehitetty kieli, jolla voidaan määritellä dokumentille erilaisia tyyliohjeita, esimerkiksi tekstin muotoilua tai värejä.
HTML	Hypertext Markup Language on merkinäkieli www-sivujen rakenteen kuvailemiseen.
MySQL	Relaatiotietokantaohjelmisto, jota käytetään tietokantana web-palveluissa.
PAGERANK	Yksi Googlen käyttämistä kriteereistä, joita palvelu käyttää hakutulosten sijoittamisessa paremmuusjärjestykseen.
PHP	Ohjelmointikieli dynaamisten web-sovelluksien toteuttamiseen jota käytetään yleisimmin HTML-sivujen sisälle upotettuna.
Responsiivisuus	Internetsivun sisältö on automaattisesti muokkautuvainen eri päätelaitteille sopivaksi, jolloin samalle internetsivulle ei ole tarvetta luoda toista sivustoa esimerkiksi mobiililaitteille.

ESIPUHE

Tästä mielenkiintoisesta sekä ammatillisesti kehittävästä opinnäytetyön aiheesta haluan kiittää T:mi Reijo Vierimaata sekä Nero Hierontakaaren kehittäjää.

Haluan kiittää myös Centria-ammattikorkeakoulun opettajia neuvoista, kannustuksesta ja opastuksesta, joita olen opiskeluaikanani saanut.

Erityiskiitokseni haluan esittää perheelleni, läheisilleni sekä ystävilleni, jotka tukivat ja kannustivat minua opiskeluni aikana. Tutustuin opiskeluni aikana kymmeniin ja taas kymmeniin uusiin ihmisiin. Ilman Teitä kaikkia, opiskeluni olisi ollut yksinäisempää ja rankempaa.

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
ESIPUHE
SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
1.1 Toimeksiantaja	1
1.2 Tavoitteet ja tehtävät	2
2 VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU	3
2.1 Sisällönhallintajärjestelmät	3
2.2 Miksi WordPress?	3
2.3 Visuaalinen ilme	4
2.3.1 Responsiivisuus.....	4
2.3.2 Layout ja navigointi.....	5
2.3.3 Värit	7
2.3.4 Kuvat.....	10
2.4 Typografia.....	11
2.4.1 Kirjaisintyypit.....	12
2.4.2 Verkossa käytettävät fontit	13
2.5 Hakukonemarkkinointi	14
2.5.1 Hakusanamainonta sekä hakukoneoptimointi.....	14
2.5.2 Vaikuttavat tekijät	15
3 WORDPRESS	16
3.1 Kirjautuminen ja ohjausnäkymä	17
3.2 Ulkoasu	18
3.2.1 Teemat	19
3.2.2 Vimpaimet	21
3.2.3 Valikko.....	22
3.2.4 Editori	23
3.2.5 Lisäosat.....	24
3.2.6 Pikanäppäimet	25
3.3 Käyttäjät ja niiden roolit.....	27
4 NERO HIERONTAKAAREN VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	28
4.1 Määrittely ja layout.....	28
4.1.1 Fontti.....	30
4.1.2 Värit	31
4.2 Teeman valinta	31
4.3 Etusivu.....	33

4.4 Menu/valikko.....	34
4.5 Sisältösivut	35
5 POHDINTA.....	37

LÄHTEET	39
---------------	----

LIITTEET

LIITE 1. Värien psykologia ja vaikutus ihmismieleen

KUVIOT

KUVIO 1. Esimerkki verkkosivuston layoutista	6
KUVIO 2. Vastavärit voivat olla hyvä tehokeino oikein käytettynä	8
KUVIO 3. Lähiväriharmonia	9
KUVIO 4. Esimerkkejä eri kirjasinperheistä	12
KUVIO 5. CSS-koodin font-family -ominaisuus	13
KUVIO 6. Verkkosivulle valitut värit	31

KUVAT

KUVA 1. Esimerkki responsiivisuudesta Nero Hierontakaaren sivua käyttäen.	5
KUVA 2. Kuvakaappaus Nero Hierontakaaren kirjautumissivulta.	17
KUVA 3. Kuvakaappaus kirjautumisen jälkeen tulevasta ohjausnäköymästä.	18
KUVA 4. Kuvakaappaus Teemat-sivulta, jossa näkyvät kaikki järjestelmään asennetut teemat	19
KUVA 5. Kuvakaappaus teemahakemistosta.....	20
KUVA 6. Kuvakaappaus Widgets, eli Vimpaimet -sivusta	21
KUVA 7. Kuvakaappaus valikon rakentamiseen tarkoitettua editorista.	22
KUVA 8. Kuvakaappaus Nero Hierontakaaren teema-editorista, jossa näkyvillä style-tyylitiedostoa.	23
KUVA 9. Kuvakaappaus lisäosa-sivulta	24
KUVA 10. Kuvakaappaus Nero Hierontakaaren vanhan sivuston etusivusta	29
KUVA 11. Nero Hierontakaaren etusivulle oli aseteltu paljon asiaa	29
KUVA 12. Teemaksi valikoitui Grey Whale, sen yksinkertaisuuden, selkeyden ja tyylikkyyden vuoksi	32
KUVA 13. Kuvakaappaus sivuston etusivun ensimmäisestä näköymästä	33
KUVA 14. Kuvakaappaus etusivun informaatiosta	34
KUVA 15. Verkkosivuston valikko	35
KUVA 16. Vanhan verkkosivuston valikko	35
KUVA 17. Kuvakaappaus sisältösivusta	36
KUVA 18. Kuvakaappaus galleria-esimerkistä Nero Hierontakaaren sivuilla	37

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Perus pikanäppäimet	25
TAULUKKO 2. Pikanäppäimet tyylien muokkaamiseen	26
TAULUKKO 3. Edistyneemmät toiminnallisuudet.....	26

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa verkkosivusto Nero Hierontakaarelle. Verkkosivuston toteutukseen käytetään WordPress-sisällönhallintajärjestelmää. Tarkoituksena on helpottaa tuotteen markkinointia sekä lisätä tuotetietoisuutta. Tuote on useimmiten asiakkaille uusi, joten verkkosivusto tarjoaa myös käyttöohjeet kuvin ja videoin, jotta asiakas saisi tuotteesta kaiken hyödyn irti. Verkkosivusto toimii siis alustana, jolla voi helposti tarjota asiakkaalle lisätietoa sekä käyttövinkkejä hierontakaaresta.

Opinnäytetyössä on viisi päälukua, joissa käsitellään otsikoinnin mukaisia asioita. Ensimmäinen osa koostuu johdannosta. Toisessa osassa perehdytään verkkosivujen suunnittelun teoriaan. Kolmannessa osassa syvennyttään WordPressin käyttöön ja neljännessä osassa opinnäytetyön tekemiseen ja sen etenemiseen. Viimeisessä pääluvussa pohditaan opinnäytetyötä, sen tekemistä ja sen onnistumisesta sekä jatkokehityksestä.

1.1 Toimeksiantaja

Toimeksiantaja oli T:mi Reijo Vierimaa (Pajulan Puusta), joka on alavieskalainen puutyö-alan yritys. Yritys tekee tilauksesta erilaisia pienrakennuksia yksilöllisesti asiakkaan toiveiden mukaan. T:mi Reijo Vierimaa valmistaa yksinoikeudella Nero Hierontakaarta, jolle verkkosivut suunnitellaan.

Nero Hierontakaari on patentoitu, suomalainen käsityönä mäntypuusta valmistettu tuote, jolla käyttäjä voi hieroa itseään tai toista henkilöä ammattimaisesti.

1.2 Tavoitteet ja tehtävät

Tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa Nero Hierontakaarelle internetsivut, jotka tukisivat tuotteen markkinointia ja tuotteen loppukäyttäjän tiedonhankintaa Hierontakaaresta. Tuotteesta otetaan myös uudet tuotekuvat, jotka lisätään verkkosivuille.

Opinnäytetyöntekijän omina tavoitteina on vahvistaa omaa ammatillista osaamista verkkosivujen suunnittelussa ja toteutuksessa sekä asioiden koordinointia ja aikataulussa pysymistä.

2 VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU

Verkkosivustojen suunnittelu on monivaiheinen prosessi. Suunnittelun avuksi on kuitenkin kehitetty monenlaisia työkaluja ja ohjelmia. Työkaluja ja ohjelmistoja löytyy kattavasti erikielelille käännettynä, joten kielitaito ei ole esteenä verkkosivujen toteuttamiseen. Suunnittelu onnistuu niin HTML-editorilla kuin website builderilla eli kotisivujen rakennusohjelmalla. Suunnitteluun ja toteutukseen kannattaa panostaa, koska verkkosivut ovat avuksi liiketoiminnan tehostamiseen sekä uusien potentiaalisten asiakkaiden kohtaamiseen (mediapool.fi 2017). Nero Hierontakaaren sivujen suunnittelussa päädyttiin käyttämään sisällönhallintajärjestelmää.

2.1 Sisällönhallintajärjestelmät

Sisällönhallintajärjestelmä on sovellus, joka käyttää esimerkiksi tietokantaa muokkaamaan ja tallentamaan hallitusti HTML-sisältöä. Tyypillisessä sisällönhallintajärjestelmässä on kaksi osaa, sisällönhallintasovellus (Content management application) sekä sisällöntoimitus-sovellus (Content delivery application) (SearchSOA 2011).

Sisällönhallintasovelluksella voi hallita, luoda ja muokata verkkosivun sisältöä ja ulkonäköä ilman HTML-osaamista. Verkkosivun kokoaminen ja päivittäminen tapahtuvat automaattisesti sisällöntoimitus-sovelluksella.

2.2 Miksi WordPress?

WordPress on monipuolinen väline verkkosivujen tekemiseen. WordPressin peruskäyttö ei vaadi HTML-, PHP- tai muuta teknistä osaamista juuri ollenkaan. Se on helppokäyttöinen ja

selkeärakenteinen, joten sitä oppii nopeasti käyttämään. Sillä pääsee myös suoraan verkkosivujen HTML-koodiin käsiksi ja harjaantuneemmat käyttäjät voivat myös muokata tarvittaessa verkkosivuston CSS-koodia. PHP-osaajat voivat myös rakentaa omia lisäosia WordPressille. Se on siis tehokas ja monipuolinen rakennusalausta monimutkaisemmillekin verkkosivuille.

Koska tässä opinnäytetyössä rakentuvien sivujen päivittäminen jää yritykselle, WordPressin valinta on itsestäänselvyys helppokäyttöisyyden vuoksi loppukäyttäjälle. WordPress on myös ilmainen, avoimen lähdekoodin ohjelmisto, joten suurempia kustannuksia tästä ei yritykselle tule.

2.3 Visuaalinen ilme

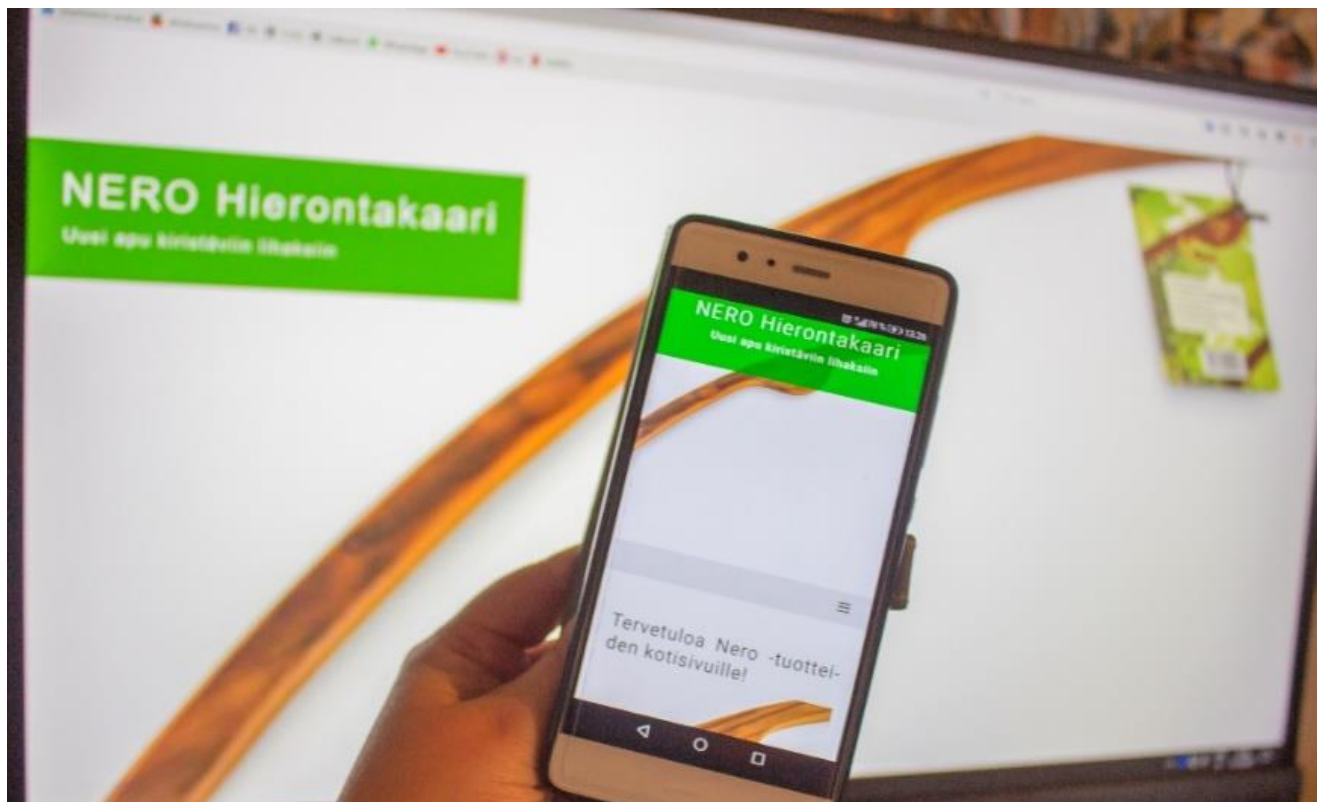
Visuaalisen ilmeen tulisi kestää aikaa. Markkinoinnin ja myynnin kannalta onnistunut kokonaisuus on ratkaiseva tekijä. Graafisen suunnittelun taustalla ovat psykologiset tekijät. Niitä ovat käytetyt fontit, värit ja visuaaliset elementit. Nämä vaikuttavat joko positiivisesti tai negatiivisesti asiakkaiden mielikuvaan yrityksestä ja sen palveluista sekä tuotteista. (Fortamedia 2016.)

Visuaalista ilmettä suunnitellessa on hyvä ottaa alusta alkaen huomioon sivuston responsiivisuus.

2.3.1 Responsiivisuus

Yksi tärkeimmistä asioista web-suunnittelussa nykypäivänä on responsiivisuus (KUVA 1). Tärkeimpiä asioita ovat mukautuvat kuvat, -media ja -layout. Termeillä mukautuva verkkosuunnittelu tai mukautuva suunnittelu saatetaan viitata samaan aiheeseen. Responsiiviset

www-sivut tarkoittavat sivuja, jotka toimivat pöytä- ja kannettavan tietokoneen lisäksi myös tablet- ja älypuhelimilla ilman, että käyttökokemus kärsii (Leiniö 2012).



KUVA 2. Esimerkki responsiivisuudesta Nero Hierontakaaren sivua käytettäessä

2.3.2 Layout ja navigointi

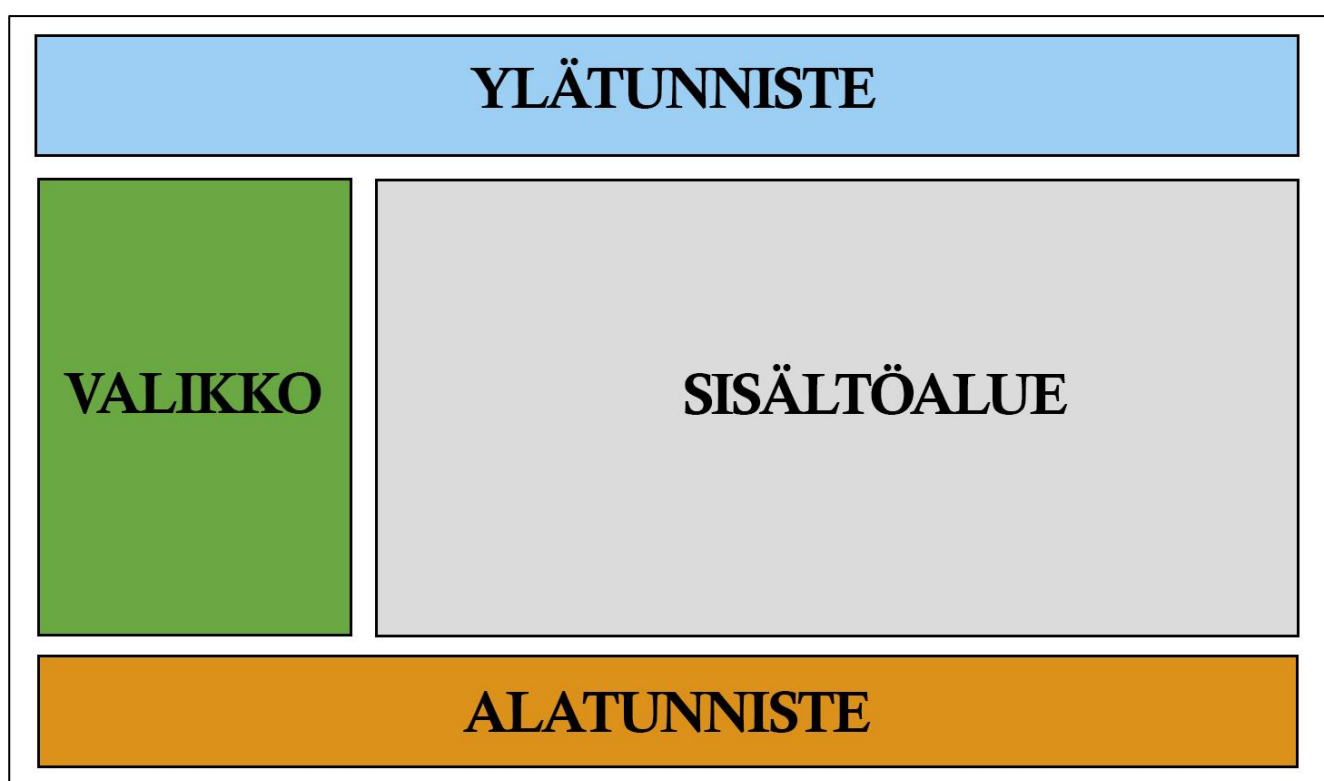
Käyttöliittymän asettelu, eli layout, on oleellinen osa verkkosivuston suunnittelua. Eri elementit sijoitellaan siten, että hierarkiat ja suhteet, jotka elementeillä ovat, tulevat selvästi ilmi. (Mäki-Jaakkola 2015.)

Elementtien järjestämistä ja jäsentämistä sanotaan sommitteluksi. Kun sommittelu on onnistunut, se auttaa loppukäyttäjää näkemään olennaiset elementit sekä tulkitsemaan tietoa oikeassa

järjestyksessä. Sommittelussa voidaan käyttää symmetriaa tai epäsymmetriaa. Symmetria on klassisen ihanteen mukaisesti aseteltua ja epäsymmetria perustuu vastakohtiin. Epäsymmetriassa voidaan käyttää esimerkiksi koon, värin tai pinnan vaihteluita. (Mäki-Jaakkola 2015.)

Navigointi vaikuttaa sivuston käytettävyyteen ja on osa sivuston visuaalisuutta. Navigaatioelementit sekä muut sivuston linkit, joilla sivuston sisällä liikutaan, tulisi erottaa selkeästi sivuston sisältötekstistä. Käyttäjän tulee siis erottaa ensisilmäyksellä, mikä sivustossa on navigointiin tarkoitettu ja mikä on sivun todellista sisältöä. (Jussila 2010.)

Tyypillisesti navigointipalkit ja -linkit on sijoitettu sivuston vasemmalle reunalle omaksi erilliseksi kiinteäksi palkiksi tai sivuston yläreunassa, omana kiinteänä rivinä (KUVIO 1). Navigointivalikko toistuu samanlaisena jokaisella sivulla, mikä selkeyttää rakennetta ja liikkumista sivustolla.



KUVIO 1. Esimerkki verkkosivuston layoutista

2.3.3 Värit

Värimaailma vaikuttaa visuaaliseen ilmeeseen hyvin paljon ja se vaikuttaa myös loppukäyttäjän kokemukseen vierailusta sivustolla. Esimerkkinä voidaan esittää värimainos, joka on 26% tehokkaampi kuin sama mainos mustavalkoisena. Printtimainonnassa psykologiset tekijät ostohetkellä vaikuttavat erilaisten tunnetilojen syntyyn. (Fortamedia 2016.) Esimerkiksi musta väri liitetään auktoriteettiin, älyyn ja viisauteen, kun keltainen ja oranssi liitetään optimistisuuteen ja iloisuuteen (LIITE 1).

Värien sävyihin vaikuttavat värikylläisyys sekä valoisuusaste. Värien valinnassa kannattaa pohtia niiden yhteensopivuutta, eli väriharmoniaa, joka on hyvä lähtökohta värimaailman suunnittelussa. Väriharmonioita on neljä erilaista: vastaväriharmonia, yksiväriharmonia, lähiväriharmonia sekä valööriharmonia. (Mäki-Jaakkola 2015.)

Vastavärit ovat sijoitettu väriympyrään toisiaan vastapäätä, esimerkiksi vihreä ja punainen sekä sininen ja keltainen. Niiden teho perustuu vastakkaisvaikutuksiin. Vastavärit eivät välttämättä sovi tekstin ja taustan väreihin. (Mäki-Jaakkola 2015.) Vastavärejä kannattaa käyttää harkiten, kuten alla olevasta kuviosta voidaan havainnoida (KUVIO 2).



KUVIO 2. Vastavärit voivat olla hyvä tehokeino oikein käytettynä

Yksiväriharmonia koostuu yhden värin eri vivahteista. Yksiväriharmonia, eli monokromaattinen värimaailma, on helppo rakentaa lisäämällä perusväriin vaihteleva määrä mustaa tai valkoista. (Mäki-Jaakkola 2015.)

Lähiväriharmoniassa värit ovat väriympyrässä toistensa läheisyydessä olevia värejä, kuten punainen ja oranssi tai sininen ja violetti (KUVIO 3). Lähiväriharmoniassa olevat värit ovat usein miellyttäviä silmälle. Valööriharmoniassa käytetään ainoastaan erilaisia harmaan sävyjä, mustan ja valkoisen väliltä. (Mäki-Jaakkola 2015.)



KUVIO 3. Lähiväriharmonia

2.3.4 Kuvat

Kuvien valinta on visuaalisen ilmeen sekä ulkoasun kannalta keskeinen osa. Kuvien merkitys verkkosivulla on todella suuri. Hyvät kuvat herättävät huomiota ja niiden laatuun on hyvä kiinnittää huomiota. Hyvin valitut kuvat heijastavat yrityksen brändiä ja tunnelmaa (Orpana 2017). Vanha sanontakin kertoo: ”kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa”.

Kuvat elävöittävät verkkosivustoa ja tekstiä sekä tekevät siitä miellyttävämpää luettavaa. Kuva myöskin auttaa hahmottamaan paremmin tekstisisältöä.

Kuvia omille verkkosivuilleen voi ottaa itse, mutta kuvia löytyy myös internetissä olevista kuvapankeista. Kuvapankkien tarjonta on runsas. Ilmaisten kuvapankkikuvien kohdalla kannattaa varautua siihen, että valitsemasi kuva voi olla monessa muussakin verkkosivustolla käytössä. Omien kuvien käytössä ei tätä vaaraa piile, mutta kuvien ottaminen kokemattomalle voi olla haastavaa. Kuvan ottamisessa kuitenkin pitää ottaa huomioon valotus, terävyys, kuvakulma ja asettelukin, jotta pääasia kuvasta nousee esiin. (Orpana 2017.)

Kolme yleisintä kuvaformaattia verkossa ovat JPEG, GIF sekä PNG. Kuvaformaateissa on omat etunsa ja heikkoutensa. Paljon värejä sisältävässä kuvassa valinta on JPEG, kun taas vähävärisessä kuvassa GIF tai PNG. Kuvan formaatti vaikuttaa myös sen tiedostokokoon, jonka verkkosivuilla on suotavaa olla mahdollisimman pieni. (MVnet 2009.)

Koska kuvien tallennusmuodon valinta on tärkeää, käsitellään seuraavaksi pintapuolisesti edellä mainitut kuvaformatit.

JPEG (Joint Photographic Experts Group) -formaatti, tiedostopäätteellä -jpeg tai -jpg, on häviöllistä pakkausta käyttävä tallennusformaatti, joka on tarkoitettu valokuville ja muille vas-

taaville luonnollisille, värikkäille kuville. Kuvasta poistetaan algoritmien avulla tallennusvaiheessa sellaista informaatiota, jota ihmissilmin on vaikea havaita. Värisävyjä JPEG-formaatissa voi olla jopa 16 miljoonaa. (MVnet 2009.)

GIF (Graphics Interchange Format) -formaatti, tiedostopäätteellä .gif, on häviötöntä pakkaus-tekniikkaa käyttävä tallennusformaatti. Kuten JPEG -formaatti, GIF-formaatti ei kadota alkuperäisen kuvan tietoja tallennettaessa. Sen heikkoutena kuitenkin on, ettei kuvassa saa olla enempää kuin 256 väriä, jotta informaation kadottamista ei tapahtuisi. Tämä värimäärä ei riitä tavanomaisiin valokuviin. GIF-formaatti soveltuu erinomaisesti esimerkiksi kaavojen, karttojen, sarjakuvien, paljon tekstiä sisältäviin kuviin sekä verkkosivujen painikkeisiin ja logoihin. Näissä mainituissa esimerkeissä tarvitaan yleensä vähemmän kuin 256 väriä. (MVnet 2009.)

PNG (Portable Network Graphics) -formaatti, tiedostopäätteellä .png, on GIF-formaattia edistyneempi häviötön tallennusformaatti. Se pakkaa kuvat tehokkaammin ja tukee 16 miljoonaa värisävyä, ja soveltuu siksi myös tietyissä tilanteissa valokuvienkin tallentamiseen. (MVnet 2009.)

2.4 Typografia

Verkkosivuston perustehtävänä on välittää tietoa. Verkkosivuilla voidaan tehostaa visuaalisin keinoin viestin välittymistä. Erilaisilla kirjaisintyypeillä voidaan sanattomasti viestiä ja luoda mielikuvia tekstin sisältämästä asiasta, kuten onko sisältö virallista tai vaikka lapsille suunnattua. (Mäki-Jaakkola 2015.)

2.4.1 Kirjaisintyyppit

Kirjasintyyppit eli fontit, joita verkossa käytetään, voidaan jakaa erilaisiin ryhmiin: antiikva (serif), groteski (sans-serif), cursive, monospace sekä fantasy (KUVIO 4). Antiikva-kirjasimet ovat pääteviivallisia kirjasimia, ja niitä pidetään helpompilukuisina paperille painettuna. Groteskit ovat päätteettömiä kirjasimia ja soveltuvat paremmin näyttöpäätteelle tarkoitettulle tekstille. Monospace on kirjaisin, jonka jokainen merkki on yhtä leveä. Ne olivat tavanomaisia kirjoituskoneissa, koska olivat teknillisesti helpompia toteuttaa, mutta tänä päivänä monospace-ryhmän fontteja käytetään esimerkiksi ohjelmointikoodissa. Cursive-kirjasimet jäljittelevät hie-
man käsin kirjoitusta. Koristeellisemmat ja erikoisemmat kirjasimet luetaan fantasy-kirjasinperheeseen. (Mäki-Jaakkola 2015.)

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
Arial, sans-serif

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
Times New Roman, serif

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
Courier New, monospace

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
Verdadi Italic, cursive

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
Remedy OT Single, fantasy

KUVIO 4. Esimerkkejä eri kirjasinperheistä

2.4.2 Verkossa käytettävät fontit

Verkkosivuston leipätekstiä suunnitellessa on hyvä käyttää yleisesti käytettyjä fontteja. Voidaan olettaa, että Windows- ja Mac-ympäristössä on asennettuna seuraavat yhdeksän fonttia: Arial, Arial Black, Comic Sans MS, Courier New, Georgia, Impact, Times New Roman, Trebuchet MS sekä Verdana. (Mäki-Jaakkola 2015.) Jos verkkosivustolla käytetään fonttia, joka ei ole niin yleisesti käytössä, voi verkkosivuston CSS-koodin font-family -ominaisuuden avulla määritellä eri vaihtoehtoisia fontteja tai kirjaisin tyyppiryhmä (KUVIO 5).

```
font.family: 'Arial', 'Trebuchet MS', 'Verdana', sans-serif;
```

KUVIO 5. CSS-koodin font-family -ominaisuus

Näin verkkosivuston teksti tulee näkyviin myös niille, joilla ei alkuperäistä fonttia ole tietokoneellaan, koska jollei listan ensimmäistä fonttia ole asennettuna päätelaitteeseen, kokeillaan seuraavaa. Jos mitään määritetyistä fonteista ei löydy käyttöjärjestelmästä, voidaan käyttää mitä tahansa sans-serif -fonttia, joka päätelaitteesta löytyy. (Mäki-Jaakkola 2015.)

Perinteisten fonttien lisäksi on käytössä myös erityisiä Web-fontteja. Niiden heikkoutena on vaihteleva selaintuki ja monet erilaiset formaatit. Esimerkiksi voidaan ottaa Woff-formaatti. Kyseinen formaatti ei tue Explorer 8, joka on laajasti käyttäjien käytössä. Formaattista on luotu Woff 2.0 -versio, mutta sen selaintuki rajoittuu Google Chrome -selaimeen. (Mäki-Jaakkola 2015.)

Kirjasintyyppejä voi yhdistelläkin, mutta tässä opinnäytetyössä ei perehdytä siihen syvemmin.

2.5 Hakukonemarkkinointi

Hakukoneet ovat tiedonhakuun suunniteltuja ohjelmistoja, jotka etsivät annetun käsitteen tai käsitteiden sisältäviä verkkosivustoja maailmanlaajuisesti. Hakukoneet kehiteltiin, kun tiedon löytämisestä internetistä tuli haastavaa, mikäli täsmällistä verkko-osoitetta ei käyttäjällä ollut tiedossa. (Keskinen 2000, 16.)

Suomessa hakukoneiden kärjessä on Google. Toiseksi eniten käytetään Bing-hakukonetta. Näiden kahden lisäksi on olemassa pienempiä hakukoneita, joilla on omat kilpailuvalttinsa. Esimerkkinä voidaan pitää DuckDuckGo-palvelua, joka kertoo, ettei se kerää hakuja tekevistä käyttäjistä tietoja. Se tarjoaa siis palvelunsa ilman personointia. (omnipartners.fi 2017.)

Hakukonemarkkinoinnissa asiakas tekee itse aloitteen. Tätä kutsutaan pull-markkinoinniksi. Tällaisen markkinoinnin hyviä puolia ovat tavoittaa asiakkaat silloin, kun he ovat tekemässä ostopäätöstä, koska hakukonetta käytetään yleensä, kun kiinnostus tuotteeseen tai yritykseen on herännyt jonkin muun median kautta. (Lipponen 2008.)

Jotta oma sivusto olisi hakutulosten kärjessä, kannattaa kiinnittää huomiota hakusanoihin sekä hakukoneiden optimointiin.

2.5.1 Hakusanamainonta sekä hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimointi tarkoittaa toimenpiteitä, joiden avulla verkkosivut voidaan saada sijoittumaan maksutta hakukoneiden tulosten kärkisijoille. Tarkoitus on kehittää verkkosivusto niin, että se löytyy hakukoneilla mahdollisimman usealla hakusanalla, joka kuvaa keskeisesti sivuston sisältöä. Optimoinnilla saadaan aikaan, että yritys tai sen tuotteet esiintyvät Internetissä luonnollisina hakutuloksina. (Lipponen 2008.)

Sijoittuminen hakutuloksissa on tärkeää, koska tutkimusten mukaan kolme ensimmäistä hakutulosta saa kaikkien hakupalveluiden käyttäjien huomion. Kymmenes hakutulos tavoittaa enää 20 % hakijoista. Tutkimus on osoittanut, että lähes kaikki hakijat lopettivat tiedonhaun ensimmäiselle hakusivulle. (Lipponen 2008.)

Käyttämällä optimoinnin lisäksi myös hakusanamainontaa, saavutetaan mahdollisimman tehokas markkinointiviestintä hakukoneiden osalta. (Lipponen 2008.)

Googlessa on oma maksullinen mainostusohjelma, Google AdWords, jolla hakukoneen hakutulossivuille saadaan lyhyitä tekstimainoksia. Mainokset sijaitsevat yleensä normaalien hakutulosten yläpuolella, eli bonuspaikalla tai sivuston oikeassa reunassa. Mainos tulee näkyviin, jos haun tekijä hakee hakukoneella niillä sanoilla, jotka on mainoksen hakusanoiksi valittu. Mainoksen näkyminen ei maksa mitään, vaan mainostaja maksaa jokaisesta mainoksen klikkaamisesta. (Lipponen 2008.)

2.5.2 Vaikuttavat tekijät

Google kertoo, että hakukone järjestää esittämänsä hakutulokset noin 150 tekijän perusteella. Järjestyksen määräävä laskukaava vaihtelee ja on salainen. On päätelty, että laskukaavan jotkut tekijät jaetaan sivun sisäisiin- ja ulkoisiin tekijöihin. (Lipponen 2008.)

Hakukoneoptimointiin liittyviin sisäisiin tekijöihin kuuluvat sisällön lisäksi mm. sivuston ikä ja toteutus, sekä auktoriteetti kyseisessä aihepiirissä. Hakukoneoptimointiin vaikuttavat ulkoiset tekijät ovat esimerkiksi ulkoiset linkit, eli muilla sivustoilla olevat, sivustolle johtavat linkit. Tällaisia ovat esimerkiksi sivuston jakaminen Facebookissa tai Twitterissä, tai linkitys blogikirjoituksessa. Ulkoiset linkitykset vaikuttavat sivun PageRankiin. Ulkoisia tekijöitä ovat myös hakukoneiden tekemät hakutulosten personoinnit, joihin vaikuttaa hakijan sijainti, kieli ja hakuhistoria. (omnipartners.fi. 2017. SEO.)

3 WORDPRESS

Tässä pääluvussa käsitellään WordPressin perusasioita, mikä auttaa hahmottamaan WordPressin toimintaa sekä miten WordPressiä on käytetty opinnäytetyön käytännönsuuden toteuttamiseen. WordPress on ominaisuuksiltaan niin laaja, ettei sen syvempää käyttöä tässä opinnäytetyössä käydä läpi.

WordPress on verkkosivujen ja blogien luomiseen ja ylläpitoon tarkoitettu avoimeen lähdekoodiin perustuva sisällönhallintajärjestelmä, jonka kehitys on aloitettu vuonna 2003. WordPress on toteutettu PHP-kielellä ja se käyttää tietojen tallentamiseen MySQL-tietokantaa. Se on hyvin suosittu blogien tekemiseen tarkoitettu työkalu ja sillä on tehty jo joka neljäs verkkosivu (wp-palvelu.fi 2017). WordPressissä on tuhansia liitännäisiä (eng. plugin), vimpaimia (eng. widget) sekä teemoja (eng. theme), jotka mahdollistavat WordPressin monipuolisen käytön verkkosivujen luomiseen.

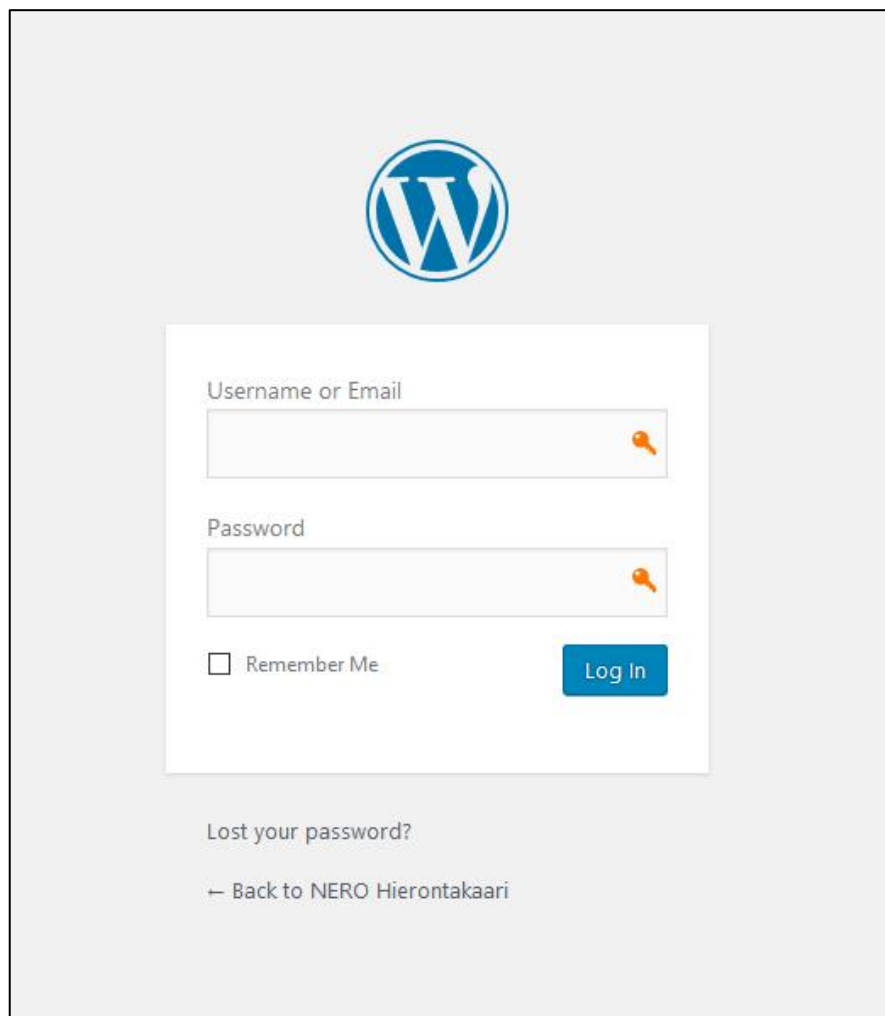
WordPressin asentaminen on erittäin yksinkertaista. Asennuksen tekemiseen vaikuttaa kuitenkin valittu palvelintarjoaja, sillä palvelintarjoajalla saattaa olla automatisointeja WordPressin varalle. Tässä opinnäytetyössä käytettävä WordPress oli asennettu valmiiksi palvelimelle.

Palvelinympäristönä yleensä toimii webhotelli, joita on tarjolla kymmenittäin erilaisia. Tässä opinnäytetyössä palvelimena toimi Centria-ammattikorkeakoulun oma palvelin.

WordPress vaatii PHP:stä vähintään version 7, My SQL:stä vähintään version 5.6 (tai MariaDB versio 10.0 tai uudempi) sekä HTTPS tuen (WordPress.org 2017).

3.1 Kirjautuminen ja ohjausnäkymä

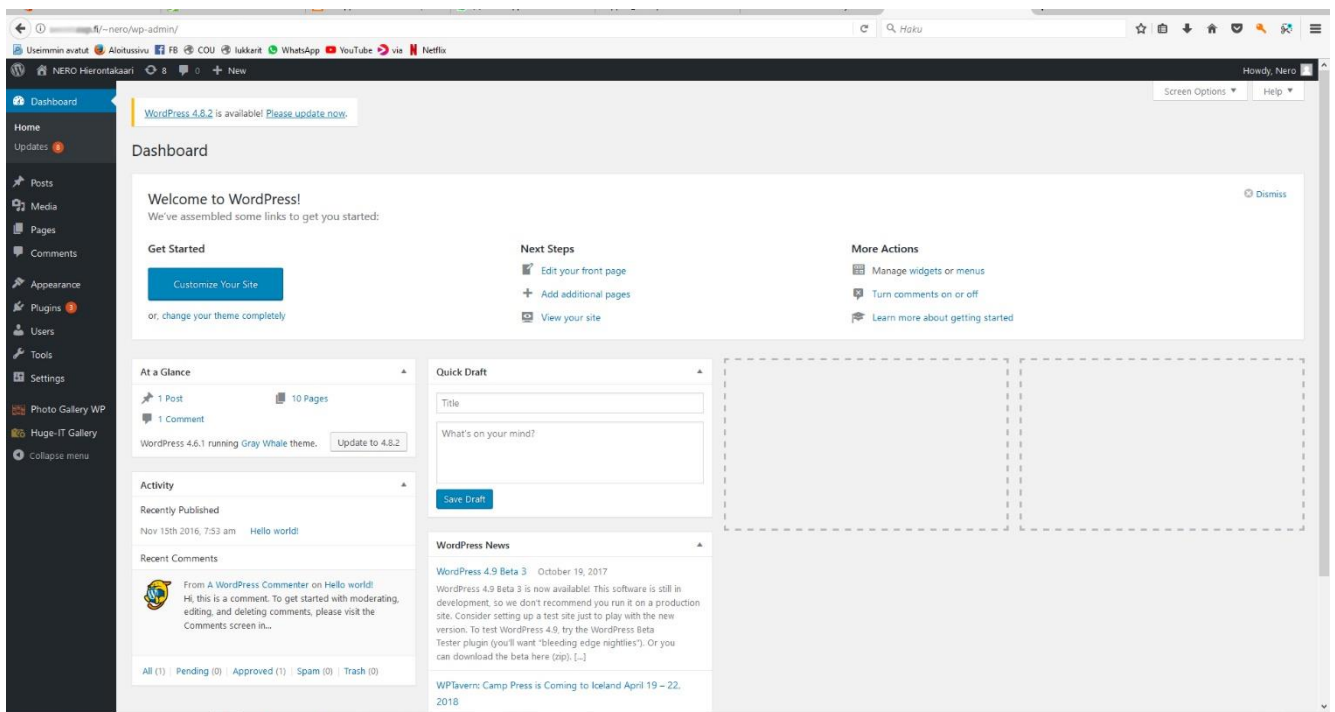
Kirjautuminen WordPressiin käy internet-selaimen kautta. Jos kirjautumissivuston osoitetta ei ole muutettu erillisellä tietoturva-lisäosalla, se löytyy oletuksena oman verkkosivuston osoitteen jälkeen lisättävän /wp-admin -avulla, tarkemmin sanottuna ”omaverkkosivusto.com/wp-admin”. Opinnäytetyön tapauksessa kirjautumissivu on esitetty kuvassa 2.



KUVA 2. Kuvakaappaus Nero Hierontakaaren kirjautumissivulta

Sivustolle voi asentaa erilaisia lisäosia, joilla voi muuttaa kirjautumissivun osoitetta. Eri teemoilla ja lisäosilla voi myös muuttaa kirjautumisikkunan ulkoasua ja lisätä esimerkiksi sosiaalisen median kautta sallivan kirjautumisen.

WordPressiin kirjautumisen jälkeen, avautuu oman profiilin ohjausnäky (KUVA 3). Opin näytetyössä käytettävä WordPress on englanninkielinen, mutta sen voi myös vaihtaa suomenkieliseksi.



KUVA 3. Kuvakaappaus kirjautumisen jälkeen tulevasta ohjausnäkyästä

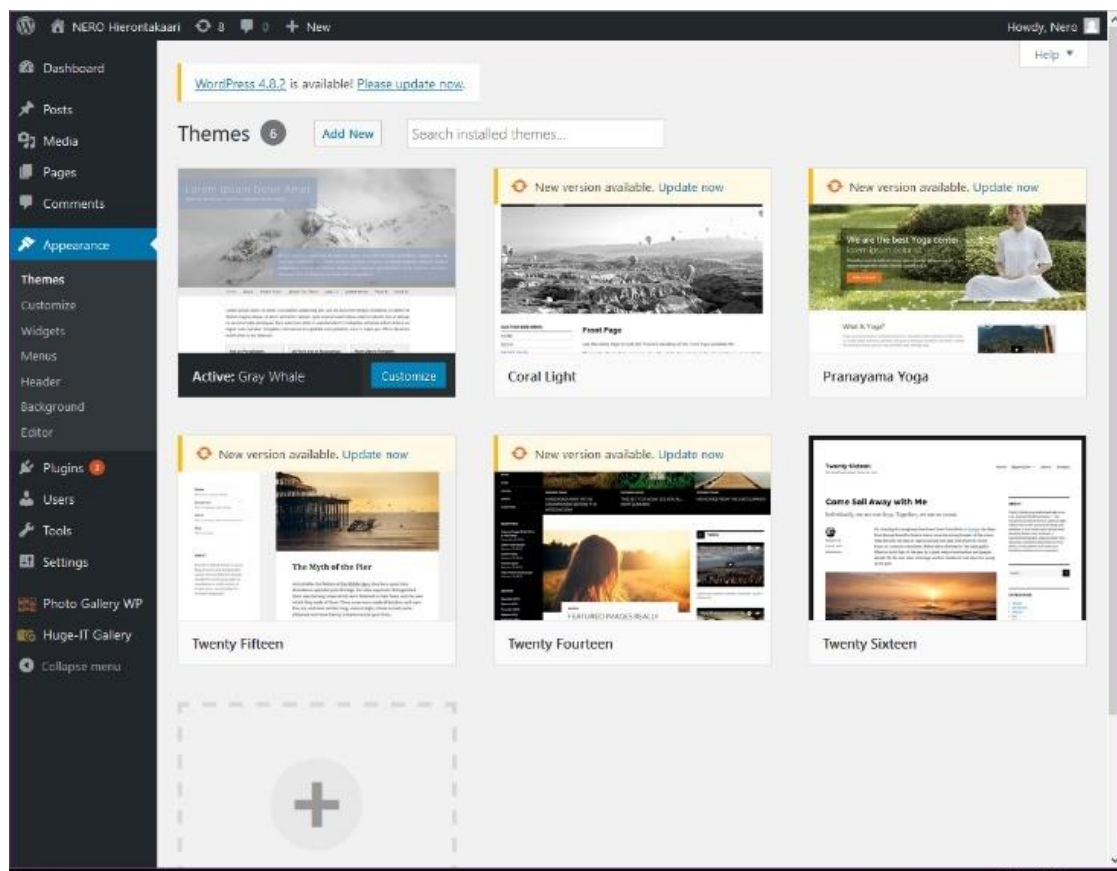
3.2 Ulkoasu

WordPressissä sivuston ulkoasun suunnittelun helpottamiseksi on tehty erilaisia valmiita teemoja, joista voi valita mieleisensä. Sivustoon on helppo vaihtaa mieleiseksi ylätunniste sekä

taustakuva. Teemojen lisäksi verkkosivuston ulkonäköä voi muokata erilaisilla lisäosilla ja vimpaimilla sekä muokkaamalla esimerkiksi CSS-, HTML- sekä PHP-tiedostoja. Lisäosia löytyy lähes 50 000 kappaletta, joista suosituimpia ovat muun muassa verkkokauppa- ja lomake-työkalut. Ulkoasun muokkaamiseen tarkoitettuja työkaluja löytyy ulkoasu (appearance) -linkin takaa (KUVA 3).

3.2.1 Teemat

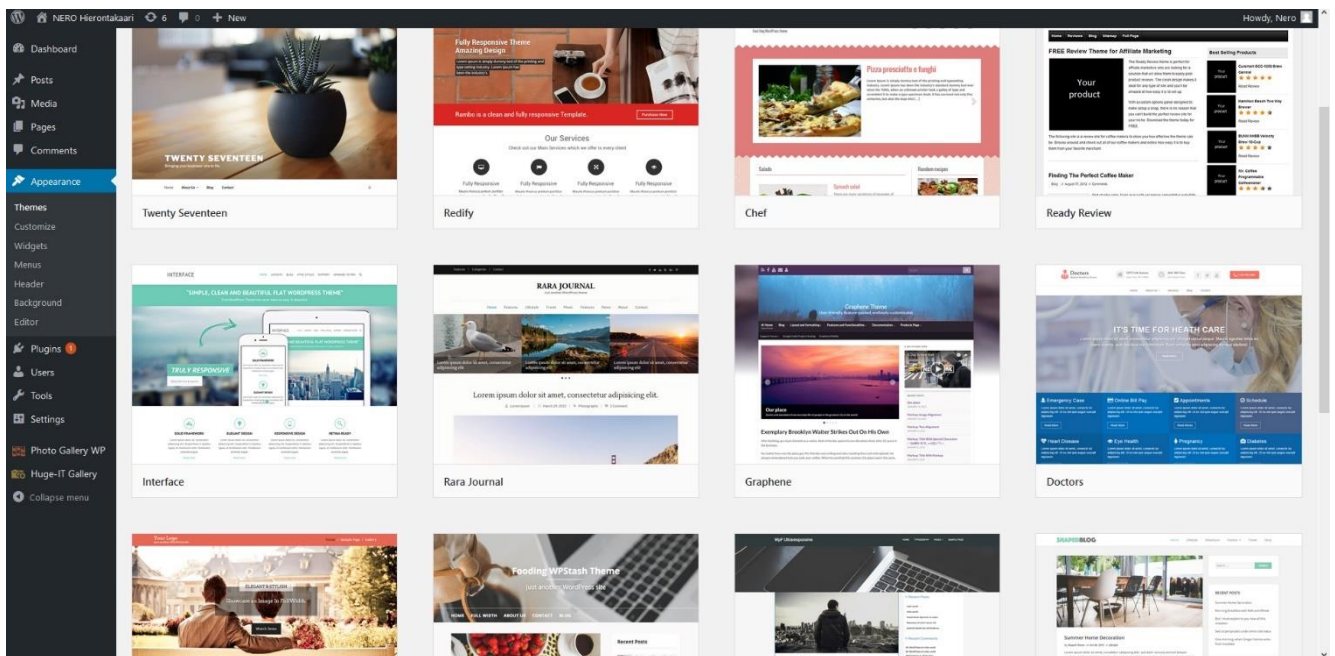
Teemat (themes) -sivuilla on näkyvillä kaikki järjestelmään jo asennetut teemat (KUVA 4). Teema, eli template määrittää sivuston ulkonäön. Esikatselu-tila on tehty helpottamaan hahmottamista, miltä oma sivusto teeman kanssa näyttäisi. Valmiita teemoja voi myös muokata enemmän mieleisemmäksi. Teemoja voi tehdä myös itse ja jakaa muille käyttäjille.



KUVA 4. Kuvakaappaus Teemat-sivulta, jossa näkyvät kaikki järjestelmään asennetut teemat

Teemoja voi hakea lisää teemahakemistosta ja niitä on kattava valikoima. Hakemistosta voi rajata hakusanoilla hakutuloksia itselleen sopivimmiksi. Listausta voi myös muuttaa suositeltujen ja uusimpien teemojen välillä. (KUVA 5.)

Teemojen suurimmaksi eduksi lukeutuu, ettei sivuston muokkaajan tarvitse osata ohjelmointikieliä. Valmiita teemoja voi muokata teeman omilla asetuksilla. Teema sisältää myös CSS-, HTML-, sekä PHP-tiedostojen muokkaamismahdollisuuden, ja se avaa mahdollisuuden muokata teemoja enemmän mieleisemmäksi. (WordPress Codex 2017.)

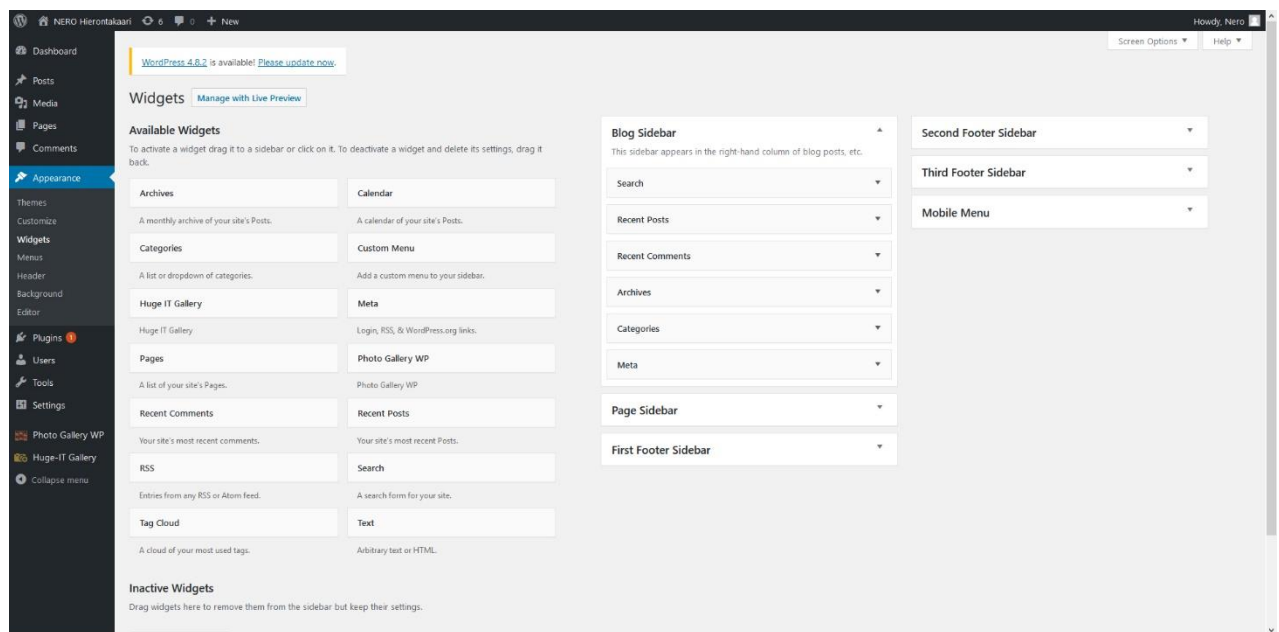


KUVA 5. Kuvakaappaus teemahakemistosta

3.2.2 Vimpaimet

Vimpaimien, eli widgettien, avulla omalle sivustolle voi tehdä erilaisia toimintoja sisältöalueen ulkopuolelle. Vimpaimet sijoittuvat sivustolla sivupalkkeihin. Sivupalkin sijainti riippuu käytettävästä teemasta. (Kotisivupalvelut.fi 2017.)

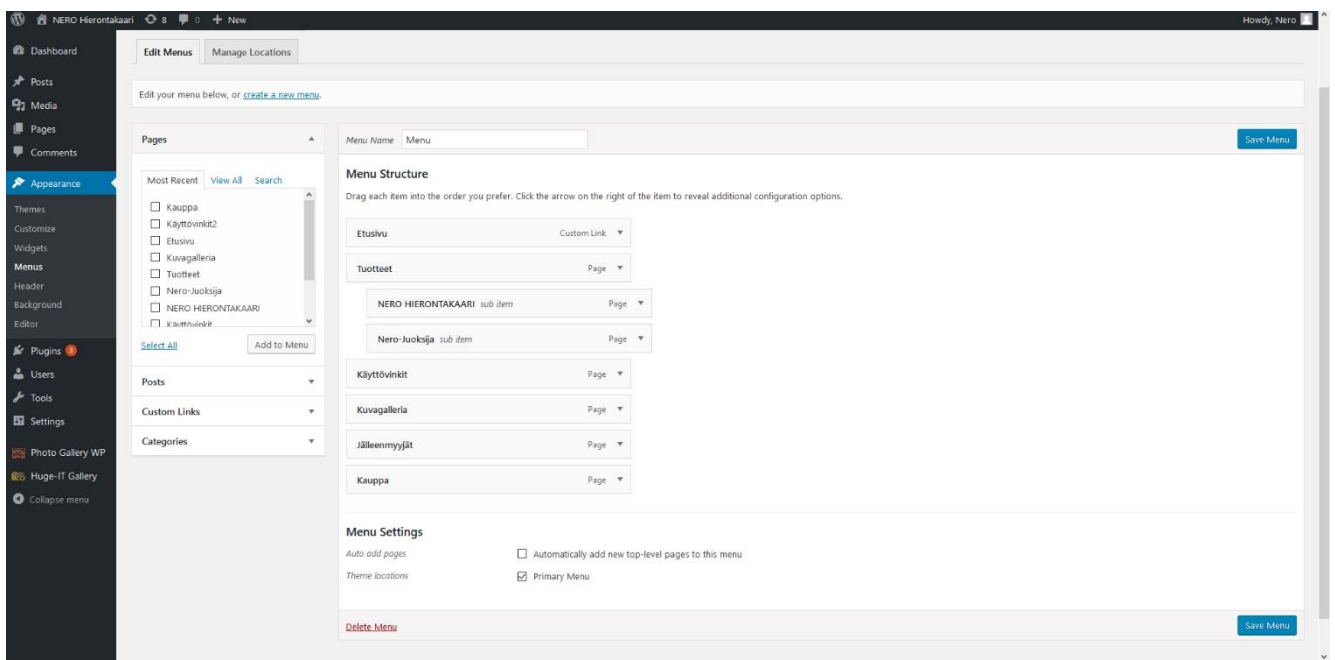
Vimpaimet-sivulla voit muokata ja ottaa käyttöön erilaisia vimpaimia (KUVA 6). Ne vimpaimet, jotka ovat käytössä, ovat nähtävillä Vimpaimet-sivun vasemmalle laidalla. Sivun oikealta laidalta taas löytyy käytössä olevat sivupalkit, joihin vimpaimien lisääminen onnistuu. Siirto tapahtuu raahaamalla vimpain haluttuun sivupalkkiin. (Kotisivupalvelut.fi 2017.)



KUVA 6. Kuvakaappaus Widgets, eli Vimpaimet-sivusta

3.2.3 Valikko

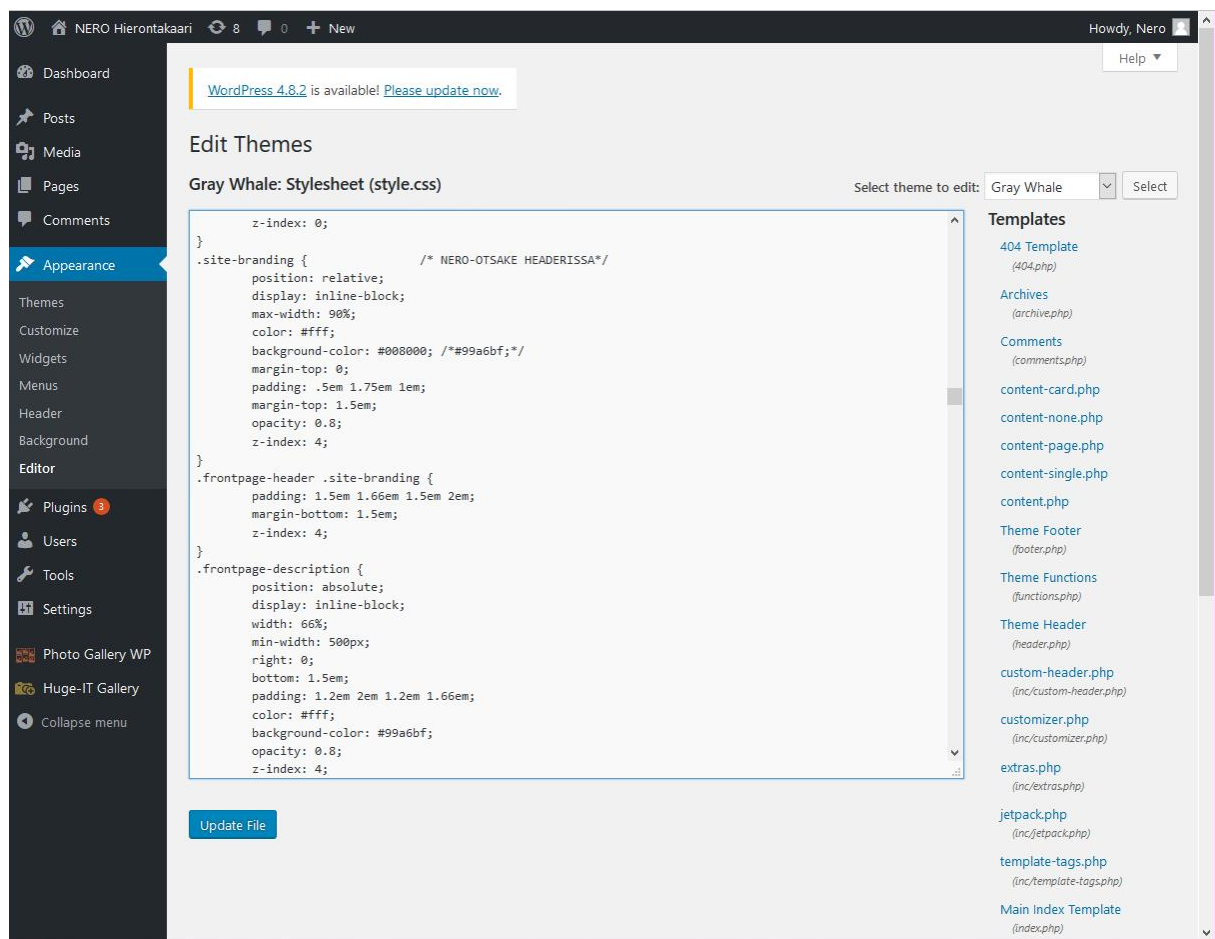
Valikkojen rakentaminen WordPressissä on tehty hyvin yksinkertaiseksi. Kuvasta seitsemän nähdään, että vasemmalla Pages-valikossa on nähtävillä kaikki sivut, linkit, kategoriat, mitkä käyttäjä on luonut. Pages-valikosta voi valita haluamansa sivun ja siirtää sen menuun. Keskelelle, menu structure alueelle, valikko rakennetaan. Valikon pääotsakkeet ovat tasattuna kentän vasempaan reunaan ja otsakkeen alla olevat, hieman oikealle sisennetyt, ovat otsakkeen pudotusvalikko.



KUVA 7. Kuvakaappaus valikon rakentamiseen tarkoitettu editorista

3.2.4 Editori

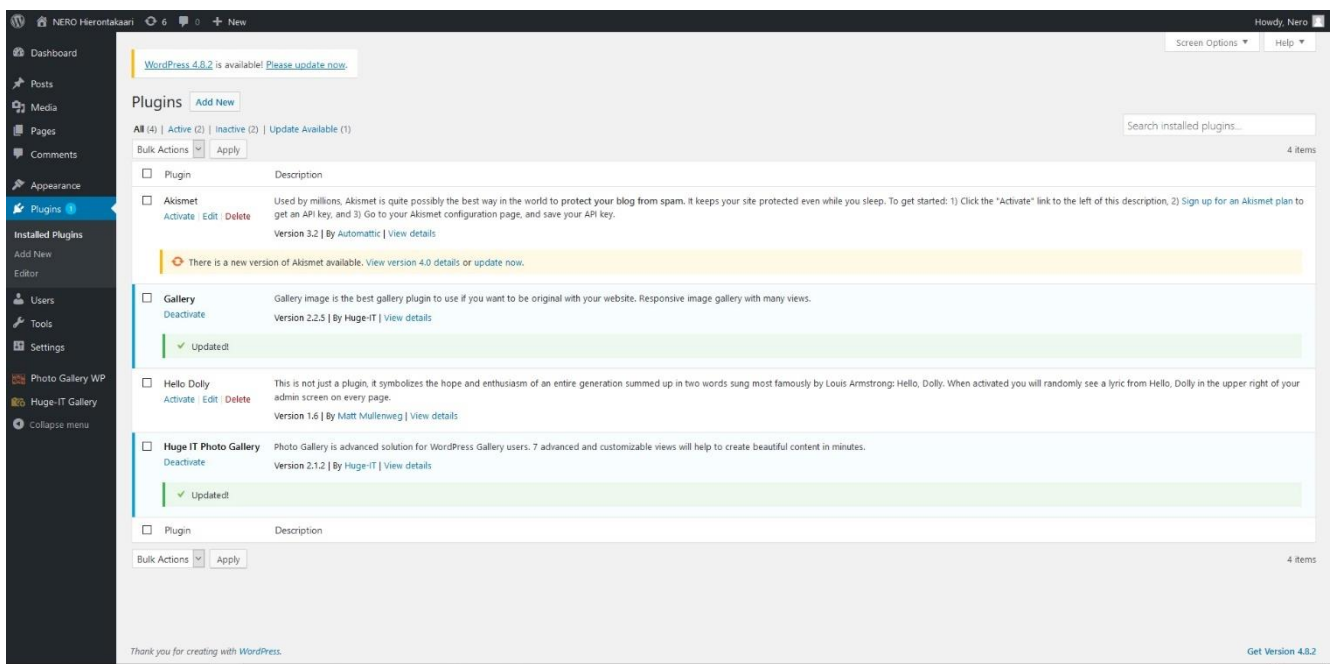
Editori on CSS-kieltä hallitsevalle oiva työkalu mukauttaa valmista teemaa omalle silmälle sopivammaksi. Editorin oikeassa reunassa (KUVA 8) on näkyvillä erilaiset template-tiedostot, joita pystyy teemassa muokkaamaan. Nämä tiedostot hallitsevat tiettyä osaa teemasta. Jokaisella tiedostolla on siis oma rooli teemassa. Esimerkkinä voimme valita kuvassa 8 oikealla näkyvän header.php tiedoston. Sitä voisi kutsua teeman aivoiksi. Lyhyesti kerrottuna se koostuu <head>-osiosta, jossa on komentoja, jotka tulostavat muun muassa WordPressin tarvitsemat ulkoiset tyylytiedostot ja lisäosien tarvitsemat ulkoiset scriptit ja tyylit.



KUVA 8. Kuvakaappaus Nero Hierontakaaren teema-editorista, jossa näkyvillä style-tyylitiedostoa

3.2.5 Lisäosat

Lisäosat (Plugins) -sivuilla on nähtävillä järjestelmään jo asennetut lisäosat. Kuvassa yhdeksän on näkyvillä neljä asennettua lisäosaa, ja tarkastellessamme tarkemmin huomaamme, että kaksi niistä on juuri päivitetty sekä otettu käyttöön.



KUVA 9. Kuvakaappaus lisäosa-sivulta

Lisäosien valikoima WordPressissä on laaja. Pelkästään gallery-hakusana tuottaa 2942 osumaa (haku tehty 24.10.2017). Lisäosilla on helppo laajentaa omaa sivustoa ilman koodikielen osaa-

mista.

WP-palvelut.fi -sivusto päivitti syyskuussa 2017 vuonna 2016 laatimansa "15 hyödyllisintä lisäosaa"-listaansa. Listassa esiteltiin viisitoista heidän kokemuksen mukaan hyödyllisintä ja parhaiten suomalaiselle sivustolle sopivaa lisäosaa. (Kekäläinen 2016.)

Listassa oli mainittu muun muassa opinnäytetyössä käyttämäni Google Captcha -lisäosaa, joka suojelee sivustoa roskapostilta ja ei-toivotuilta käyttäjiltä. Se integroidaan sivun eri lomakkeisiin ja on yhteensopiva suosituimpien lomakelisiäosien kanssa. All-in-One WP Migration -lisäosalla WordPress-sivuston siirtäminen toiseen webhotelliin helpottuu. Lisäosa paketoitietokannan, lisäosat, teemat ja mediatiedostot niin, että siirtäminen toiselle palveluntarjoajalle käy helposti. (Kekäläinen 2016.)

3.2.6 Pikanäppäimet

Sisällön tuotannon helpottamiseksi WordPressillä on käytössä useita pikanäppäimiä. Pikanäppäimet helpottavat sisällön syöttöä, koska hiirellä ei tarvitse siirtyä editorin työkalupalkkiin valitsemaan toimintoja. (Leiniö 2014.)

WordPressin editorissa toimii monelle tutut näppäinyhdistelmät, jotka on esitelty taulukossa 1 (Leiniö 2014).

TAULUKKO 1. Perus pikanäppäimet (Leiniö 2014)

Ctrl + c	Kopio maalattu teksti
Ctrl + x	Leikkaa maalattu teksti
Ctrl + v	Liitä maalattu tai leikattu teksti
Ctrl + a	Maalaa koko editorin sisältö
Ctrl + z	Kumoa edellinen toiminto
Ctrl + y	Tee kumottu toiminto uudelleen

Taulukon 2 pikanäppäinyhdistelmät on tehty tekstin tyylien muokkaamisen helpottamiseksi:

TAULUKKO 2. Pikanäppäimet tyylien muokkaamiseen (Leiniö 2014)

Ctrl + b	Lihavoi maalattu teksti
Ctrl + u	Alleviivaa maalattu teksti
Ctrl + i	Kursivoi maalattu teksti
Ctrl + 1	Tee maalatusta tekstistä h1-tason otsikko
Ctrl + 2	Tee maalatusta tekstistä h2-tason otsikko
Ctrl + 3	Tee maalatusta tekstistä h3-tason otsikko
Ctrl + 4	Tee maalatusta tekstistä h4-tason otsikko
Ctrl + 5	Tee maalatusta tekstistä h5-tason otsikko
Ctrl + 6	Tee maalatusta tekstistä h6-tason otsikko

Taulukon 3 pikanäppäinyhdistelmillä saa käyttöön edistyneemmät toiminnallisuudet:

TAULUKKO 3. Edistyneemmät toiminnallisuudet (Leiniö 2014)

Alt + Shift + l	Tasaa sisältö vasemmalle
Alt + Shift + r	Tasaa sisältö oikealle
Alt + Shift + c	Tasaa sisältö keskelle
Alt + Shift + j	Tasaa sisältö molempiin reunoihin
Alt + Shift + a	Luo linkki
Alt + Shift + s	Poista linkki
Alt + Shift + u	Luo lista
Alt + Shift + o	Luo järjestetty lista
Alt + Shift + m	Lisää kuvaa
Alt + Shift + q	Lisää lainaus
Alt + Shift + t	Erota ote

3.3 Käyttäjät ja niiden roolit

Jos verkkosivustoa ei pääse muokkaamaan kuin vain yksi henkilö, ei eri käyttäjien luominen ole välttämätöntä. Oletuksena on, että uuden WordPress -sivun luoja on sen pääkäyttäjä, jolla on kaikki oikeudet tehdä sivulla mitä tahansa. Jos sivustolla tulee jatkossa olemaan enemmän käyttäjiä, kuten sisällöntuottajia blogiin, voi käyttäjiä lisätä tarvittaessa ja määritellä niille erilaiset käyttäjäroolit, jotka rajoittavat käyttöoikeuksia. Näin mahdolliset sivuston vahingolliset rakeenteelliset muokkaukset ovat huomattavasti rajoitetummat.

Uuden käyttäjän lisääminen käy helposti kohdasta ”lisää uusi”. Uudelle käyttäjälle annetaan käyttäjänimi, sähköpostiosoite, salasana sekä rooli, mikä käyttäjällä on. Rooleista kerrotaan lisää myöhemmin. Käyttäjää voidaan profiloida enemmän antamalla esimerkiksi etu- ja sukunimen. Käyttäjän luonnin jälkeen, annetuilla tunnuksilla pääsee kirjautumaan järjestelmään. (Leiniö 2017.)

Käyttäjälle on valittavissa kuusi erilaista käyttäjäroolia: avustaja, joka voi kirjoittaa ja muokata kirjoittamiaan artikkeleita mutta ei oikeutta julkaista niitä; tilaaja, jolla on oikeudet vain oman profiilin muokkaamiseen järjestelmässä; kirjoittaja, joka pääsee kirjoittamaan, muokkaamaan sekä julkaisemaan erilaisia artikkeleita; päätoimittaja, jolla on kaikki edellistenkin oikeudet sekä mahdollisuus hallita muiden artikkeleita; pääkäyttäjä, jolla on oikeus kaikkiin toiminnallisiin sekä super admin, joka on valittavissa vain, jos WordPressissä on otettu toiminnallisuus käyttöön, millä mahdollistetaan yhdellä WordPress-asennuksella monen sivuston hallitseminen. (Leiniö 2017.)

4 NERO HIERONTAKAAREN VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Internetsivujen tehtävänä on lisätä tuotteen tietoisuutta, sekä antaa ohjeita käyttäjälle, jotta tämä saa kaiken tehon tuotteestaan irti. Sivuston tulisi olla helppokäyttöinen, selkeä sekä informatiivinen.

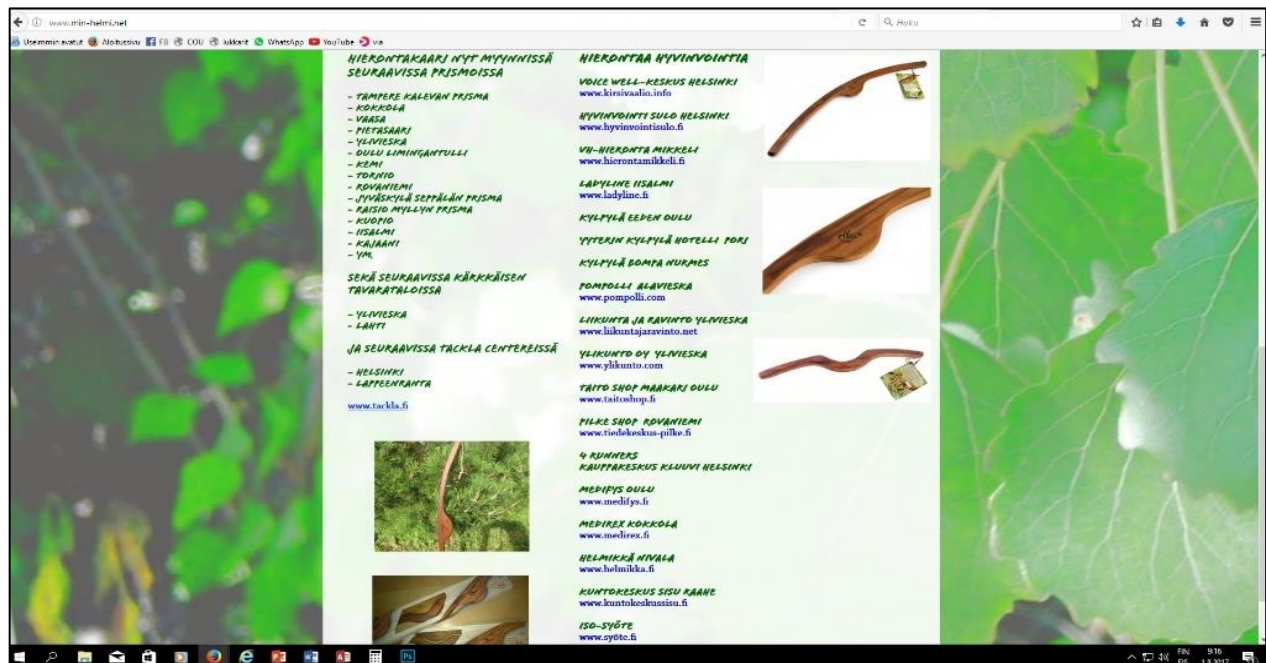
Nettisivujen käytettävyyteen vaikuttaa moni asia, kuten sen toiminta ja ulkoasu. Koska nettisivujen tulee vastata käyttäjän tarpeisiin, aloitin verkkosivuston suunnittelun siitä. Pohdin verkkosivun käyttötarkoitusta ja sitä, miten se vastaisi käyttäjän tarpeita. Tarkastelin myös Nero Hierontakaaren entisiä sivuja, ja pohdin, mitä olisin itse tehnyt toisin.

4.1 Määrittely ja layout

Entiset hierontakaaren sivut todettiin raskaiksi lukea informaatiotulvan takia. Verkkosivuilla oli yhdelle sivulle aseteltu liikaa sekalaista asiaa. Positiiviseksi vanhoissa sivuissa todettiin taustakuva, joka oli kesäisen raikas, sekä Nero Hierontakaaren logon sijainti. (KUVA 10, KUVA 11.)



KUVA 10. Kuvakaappaus Nero Hierontakaaren vanhan sivuston etusivusta



KUVA 11. Nero Hierontakaaren etusivulle oli aseteltu paljon asiaa

Kun ongelma vanhoissa sivuissa oli määritelty, se helpotti ongelmien kokonaiskuvan hahmottamista. Uusille sivuille laitettiin vaatimukseksi selkeys, yksinkertaisuus ja tiedonhaun helppous. Suunnitelmat aloitettiin hahmottelemalla ajatuksia paperille. Sivut haluttiin olevan myös modernit ja kestävän aikaa. Koska tuotteella ei ollut logon lisäksi määriteltyä yritysilmettä, otin vapaat kädet suunnitteluun.

4.1.1 Fontti

Kuten toisessa pääluvussa kerrottiin, kirjasimista sans serif- fontit, kuten *Arial* ja *Verdana* ovat groteskeja ja ne ovat todettu olevan helpoimpia lukea näyttöpäätteeltä. Päätteelliset fontit, kuten tämä antiikva-tyyppinen kirjasin, millä opinnäytetyön leipäteksti on kirjoitettu, on todettu olevan parempia painetussa tekstissä.

Valitsin verkkosivuston leipätekstin fontiksi Open sans, sen yleisyyden ja helppolukuisuuden vuoksi. Lisäsin myös tyylitiedostoon komennon sans-serif, joka tarkoittaa, että jollei sivuston käyttäjän tietokoneelta löydy kyseistä fonttia, ottaa selain automaattisesti jonkin koneella olevan sans-serif-fontin.

4.1.2 Värät

Värät olivat suhteellisen helppo valita, koska halusin mahdollisimman selkeän ja modernin ulkoasun sivustolle. Tutkin erilaisia verkkosivuja ajatusteni tueksi ja päädyin valitsemaan vihreän ja harmaan sekä valkoisen. Verkkosivuston pohjaväriksi tulisi klassinen valkoinen väri, harmaa täytevärinä ja vihreät toimii tehostevärinä, joka tuo sivulle eloisuutta ja väriä. (KUVIO 6.)



KUVIO 6. Verkkosivustolle valitut värät

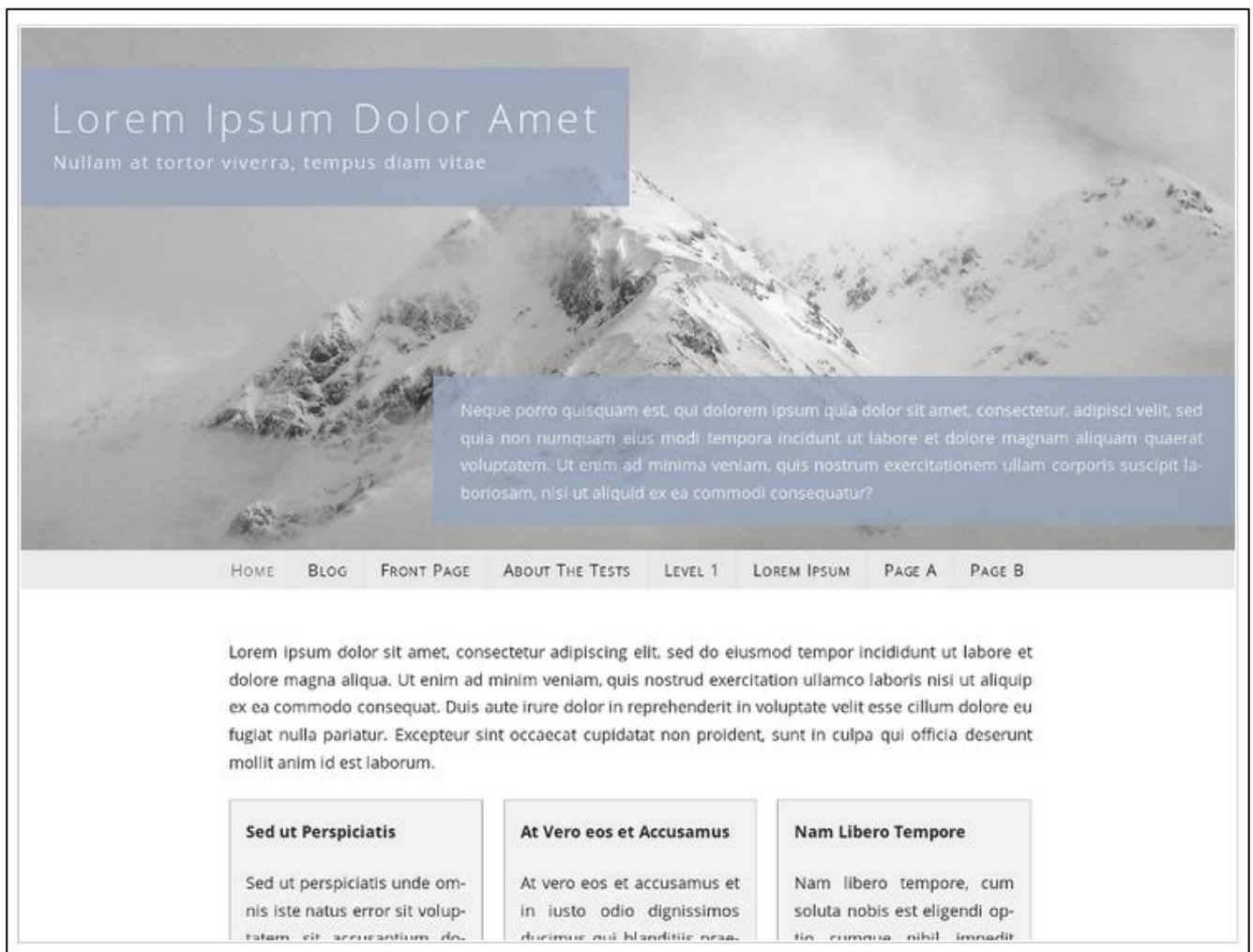
Voimakkaat värät saattavat herättää tunteita, joten tehosteväriksi vihreä oli hyvä valinta sen ollessa ihmisilmälle kaikkein rauhallisin väri. Vihreä yhdistetään myös ekologisiin valintoihin sekä elinvoimaan. (LIITE 1.)

4.2 Teeman valinta

Teeman valintaa helpotti se, että olin tehnyt jo alustavan suunnitelman layoutista valmiiksi. Olin tosin valmistautunut myös siihen, että jos sopivaa teemaa ei löydy, saisin rakentaa sivut alusta alkaen itse.

Valitsin lopulta teeman Grey Whale (KUVA 11), joka pitkälti vastasi suunnitelmaani. Teema oli klassinen ja yksinkertainen. Kuten kuvassa yksitoista voidaan havaita, teemassa aloitus sivun ylätunniste oli hallitseva, jolla verkkosivusto kertoo käyttäjälle tyyllillä, minne hän on pää-
tynyt. Muilla sisältösivuilla ylätunnisteen kuva skaalautui pienemmäksi, joten se ei häiritse sivujen selaamista.

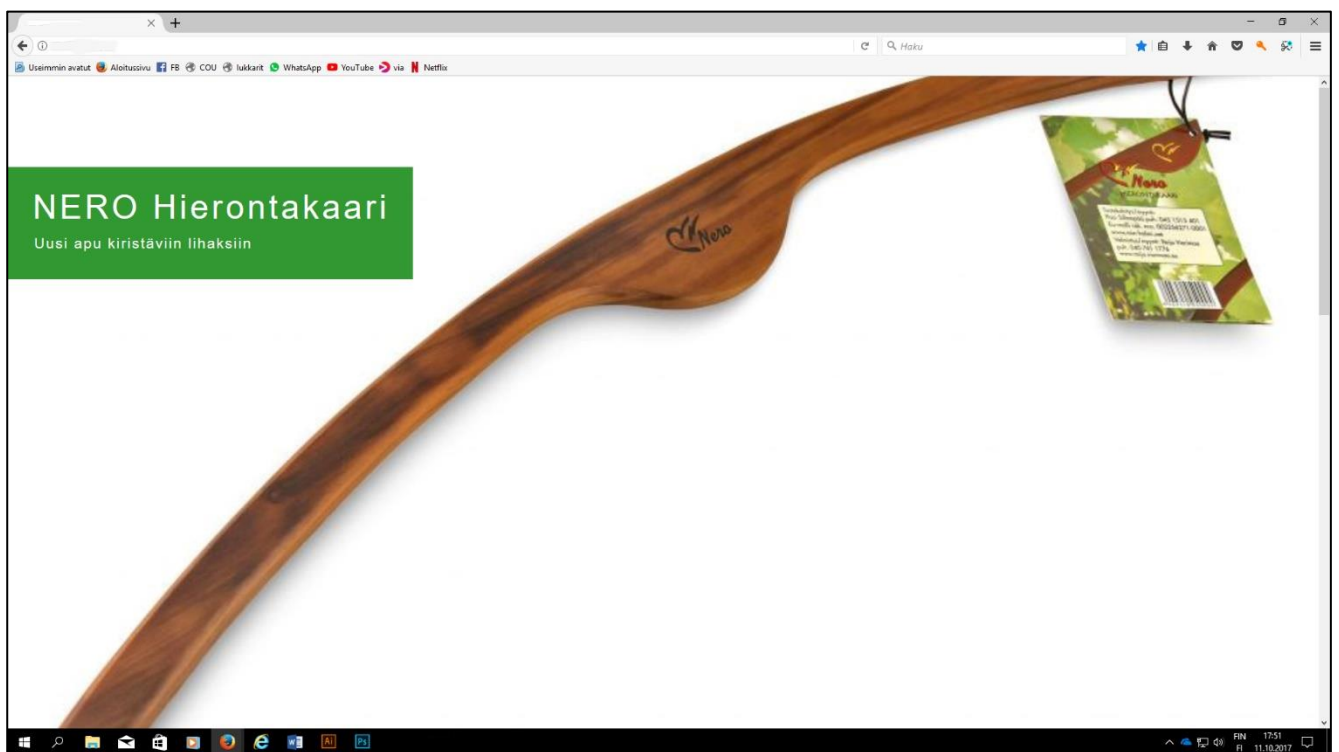
Tämän lisäksi teemassa oli valmiina responsiivinen ominaisuus, joten sivusto skaalautuu myös muille päätelaitteille. Teemassa oli oletuksena paljon erilaisia elementtejä (KUVA 12), joita karsin pois. Halusin sivuston sisältävän vain yläpalkin, sisältöosan ja alapalkin, jotka si-
toivat verkkosivun jokaisen sivun tyyliltään yhteen.



KUVA 12. Teemaksi valikoitui Grey Whale

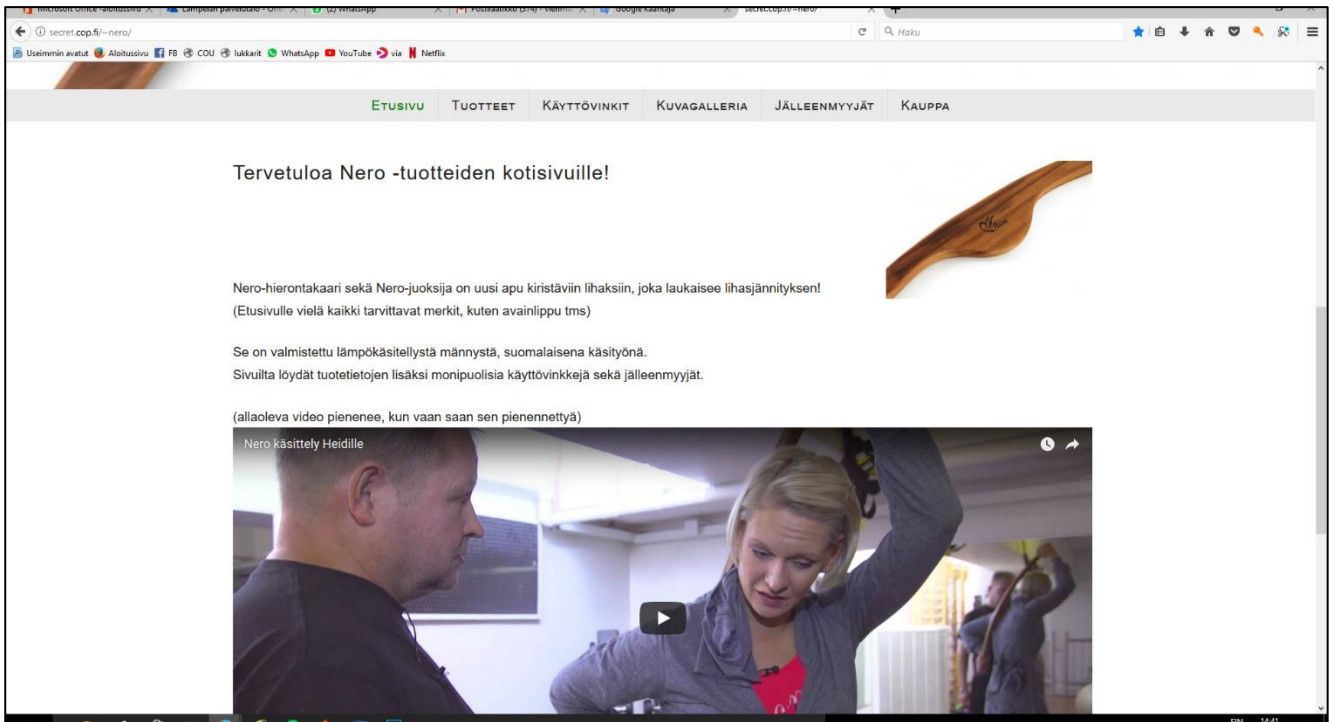
4.3 Etusivu

Halusin etusivun olevan informatiivinen ja selkeä. Tyhjän tilan merkitystä ei voi painottaa tarpeeksi. Päädyin isoon kuvaan, jossa on tuote selkeästi esillä, sekä vihreällä taustalla oleva nimi ja slogan (KUVA 13).



KUVA 13. Kuvakaappaus sivuston etusivun ensimmäisestä näkymästä

Sivua selatessa alaspäin, tulee esiin valikko sekä pieni informatiivinen kappale (KUVA 14.) Kappale sisältää informaatiota siitä, mitä tietoa sivuilta löytyy. Etusivulle voidaan lisätä vielä kohta ajankohtaisille tiedoille, esimerkiksi tiedote messuista tms.

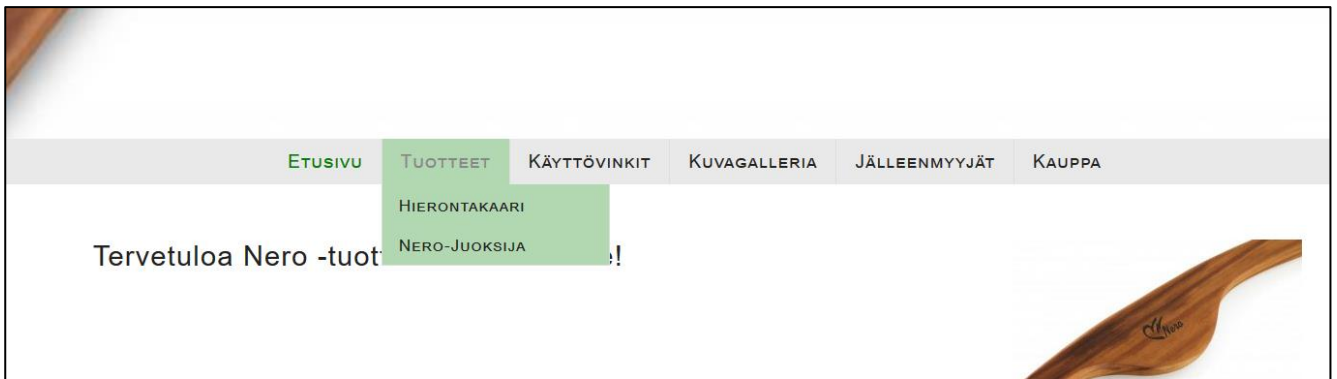


KUVA 14. Kuvakaappaus etusivun informaatiosta

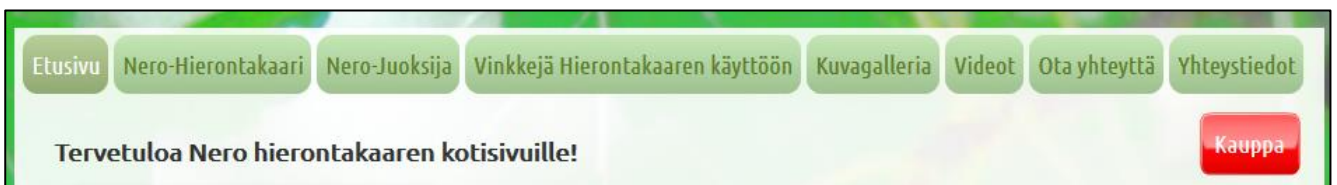
Ensimmäiseksi haasteeksi osoittautui videon asetteleminen etusivulle. Vaikka CSS-tyylitiedostoon oli määrätty videon koko, se ei skaalautunut oikein.

4.4 Menu/valikko

Halusin valikon rakenteesta selkeän ja helposti hahmotettavan (KUVA 15). Jaoin sisällön omiksi valikon kohdiksi, jotta tiedon saaminen on helpompaa. Navigoinnin rakentamisessa käytin ”kolmen klikkauksen sääntöä”. Verrattuna vanhaan sivustoon, ero on merkittävä (KUVA 16).



KUVA 15. Verkkosivuston valikko



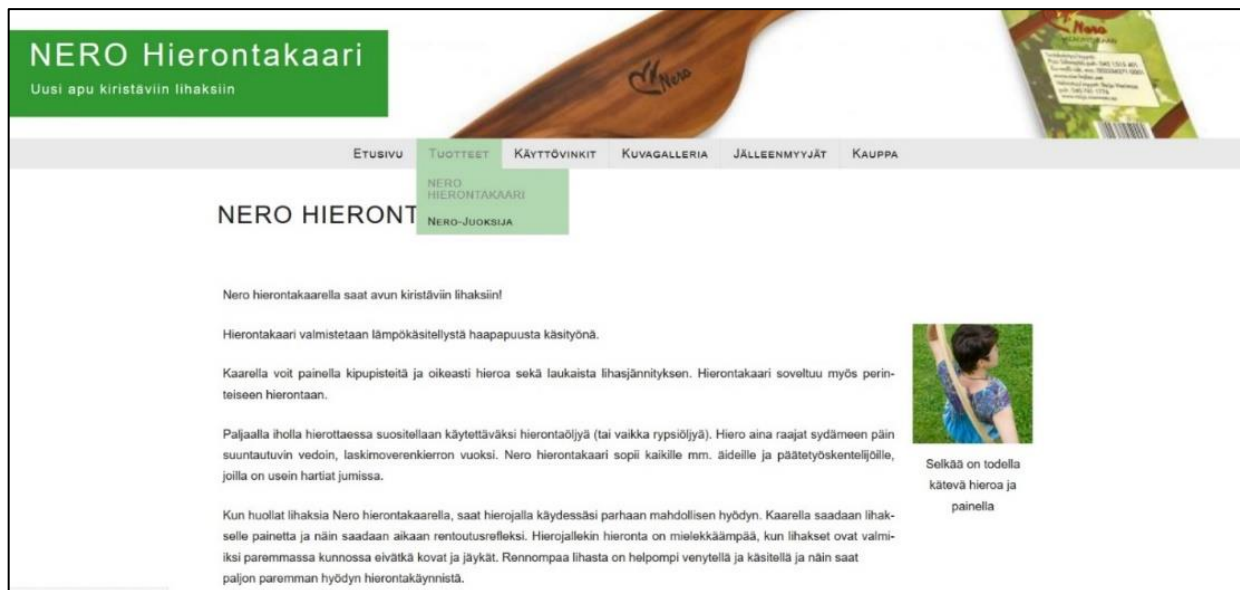
KUVA 16. Vanhan verkkosivun valikko

4.5 Sisältösivut

Sisältösivujen suunnittelu lähti käyttäjän tarpeesta. Kysymyksiä oli muun muassa: Mitä käyttäjä haluaa tietää? Miten asiat tuodaan esille?

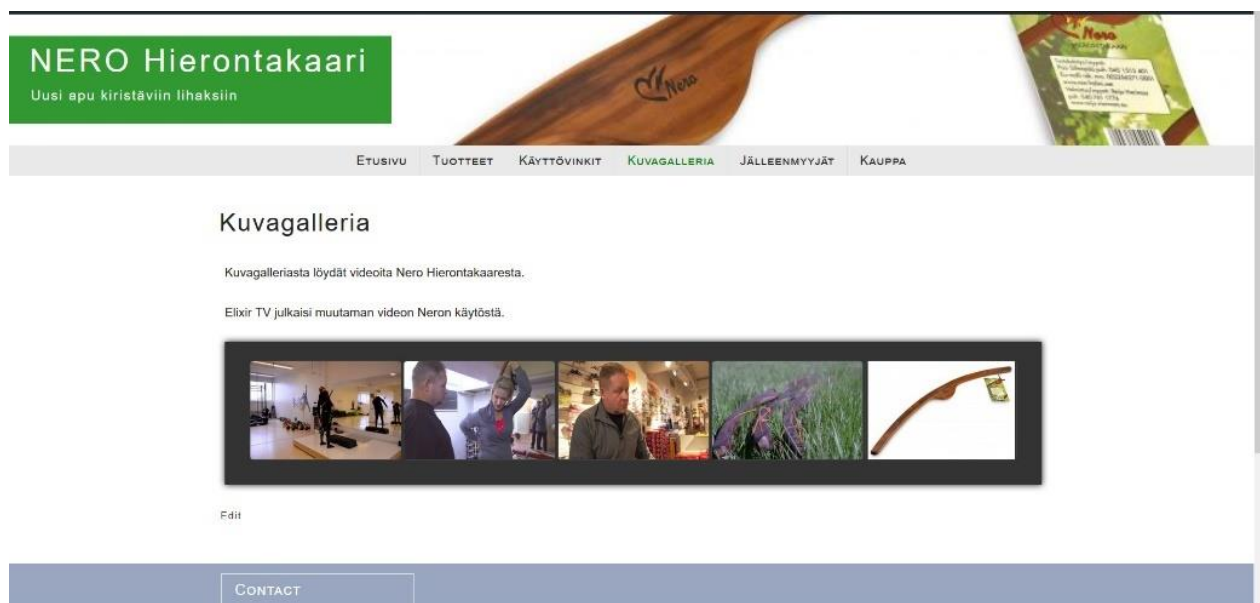
Sisältösivut rakennettiin mahdollisimman kevyeksi (KUVA 17) ja jokaiselle sivulle aseteltiin vain muutama kuva. Sivut ei myöskään saa olla liian pitkä, jottei alapalkki jäisi huomioimatta.

Pulmaksi sisältösivuissa tuli tekstin juoksutus ja kuvien asettelu. Teksti ei asettunut sivulle esteettisesti kuvien kanssa, vaan kuvat sekoittuivat tekstin joukkoon ja tekstin rivitykset vaihtelivat.



KUVA 17. Kuvakaappaus sisältösivusta

Halusin myös sivulle gallerian, jolla yksittäiset kuvat ja videot ovat helppo esittää (KUVA 18). Päädyin käyttämään Huge-IT Galleries -lisäosaa. Se osoittautui helppokäyttöiseksi käyttää ja oli yhteensopiva myös videoiden kanssa. Erillinen galleria ei kuormita yksittäisillä sekalaisilla kuvia sivustoa, vaan ovat selkeästi koottuna.



KUVA 18. Kuvakaappaus galleria-esimerkistä Nero Hierontakaaren sivuilla

5 POHDINTA

Tavoitteena opinnäytetyössä oli suunnitella ja toteuttaa verkkosivusto toimeksiantajalle. Omat tavoitteeni opinnäytetyön teoriaosuudessa, oli laatia kattava, mutta keskeiset asiat käsittelevä informaatiopaketti, jossa käsittelen opinnäytetyöni merkityksellisimpien aihealueiden teoriaa. Teoriaosuutta kootessani vahvistin ja kehitin omaa osaamistani, joka helpotti käytännön osuuden tekemistä.

Käytännönosuudessa tavoitteeni verkkosivuston suhteen oli toteuttaa laadukas, nykyaikainen ja aikaa kestävä verkkosivusto, joka palvelee loppukäyttäjän tarpeita.

Mielestäni valmis verkkosivusto sekä laatimani teoriaosuus vastaa annettuja tavoitteita. Verkkosivut tuovat Nero Hierontakaarelle näkyvyyttä nykyaikaisin ja selkein välinein. Verkkosivustolla ei myöskään ole syvää hierarkiaa, joten sivustolla on helppo liikkua ja annettu tieto löytyy helposti.

Haasteelliseksi koin videoiden skaalaamisen optimaaliseen kokoon. Vaikka sivun tyylitiedostossa videoille määrättiin speksit, video ei muuttanut kokoaan. Tähän en suoranaisesti löytänyt mitään selitystä, mutta ratkaisin pulman toisin keinoin ja video saatiin pitkän prosessin jälkeen toimimaan oikein. Selaimen Inspector-työkalu helpotti ja nopeutti tyylitiedostojen muokkaamista, koska työkalu näytti koodin sijainnin tyylitiedostossa.

Sivuston responsiivisuudessa on vielä mielestäni kehittämisen varaa, joten sivustolla on mahdollisuudet jatkokehitykselle.

Jatkossa on hyvin tärkeää markkinoinnin kannalta pitää verkkosivusto selkeänä ja ajantasaisena. Pelkästään jo kuvien vaihtamisella saa uutta ilmettä sivustolle. Suosittelisin myös uusien verkkosivujen mainostamista Nero Hierontakaaren Facebook-sivuilla.

Opinnäytetyötä tehdessäni sain vahvistaa omaa ammatillista osaamistani ja opin kokonaisvaltaisempaa hahmottamista verkkosivuston suunnittelussa. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyön tekeminen oli prosessina hyvin opettavainen ja uskon, että opinnäytetyöstä ja siinä oppimistani asioista on hyötyä minulle tulevaisuudessa.

LÄHTEET

- Coloria. 2017. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.coloria.net/varit/vihrea.html>. Viitattu: 9.10.2017.
- Fortamedia. 2016. Verkkosivun visuaalinen ilme. Www-dokumentti. Saatavilla: <http://www.fortamedia.fi/graafinen-suunnittelu.html>. Viitattu: 11.10.2017.
- Jussila, J. 2010. Verkkosivuston visuaalinen suunnittelu ja toteutus. Liiketalouden ja matkailun opinnäytetyö. Vaasa: Vaasan Ammattikorkeakoulu. Saatavissa: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/22922/Jussila_Jaana.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu: 20.10.2017.
- Kekäläinen, O. 2016. Hyödyllisimmät lisäosat WordPress-sivustolle. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://wp-palvelu.fi/blogi/hyodyllisimmat-lisaosat-wordpress-sivustoille/>. Viitattu: 24.11.2017.
- Keskinen, T. 2000. Digitaalinen liiketoiminta – huomisen todellisuus. Enterprise Adviser –kirjasarja nro 16. Helsinki: Kauppakaari Oyj.
- Kotisivupalvelut. 2017. Vimpaimet – Widgets. Saatavilla: <https://www.kotisivupalvelut.fi/ohjeet/wordpress/vimpaimet-widgets/>. Viitattu: 11.10.2017.
- Leiniö, T. 2012. Sofocus: Mitä on responsiivinen design? Timo Leiniö. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.sofokus.com/blogi/mita-on-responsiivinen-design/>. Viitattu: 24.4.2017.
- Leiniö, T. 2014. Näin nopeutat sisällön syöttöä WordPressissä. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://wpopas.fi/nain-nopeutat-sisallonsyottoa-wordpressissa/>. Viitattu: 24.10.2017
- Leiniö, T. 2017. Uuden käyttäjän lisäys. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://wpopas.fi/videot/uuden-kayttajan-lisays/>. Viitattu: 20.5.2017.
- Lipponen, J. 2008. Internet-sivujen luominen. Verkkopalvelu Uponor Suomi Oy:n yhteistyökumppaneille. Markkinointiviestinnän opinnäytetyö. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <https://theseus.fi/bitstream/handle/10024/11342/2008-07-23-04.pdf?sequence=1>. Viitattu: 23.10.2017.
- Mediapool. 2017. Verkkosivuston suunnittelu, avaimet onnistuneeseen projektinhallintaan. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.mediapool.fi/verkkosivuston-suunnittelu-avaimet-onnistuneeseen-projektinhallintaan/>. Viitattu: 23.10.2017.

- Mvnet.fi. 2009. Kuvia kotisivuille. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.mvnet.fi/?osio=Kotisivun_teko&sivu=Kuvia_kotisivuille. Viitattu: 23.10.2017.
- Mäki-Jaakkola, P. 2015. Verkkosivujen suunnittelu. Pertti Mäki-Jaakkola. Www-dokumentti. Saatavissa: http://www.makijaakkola.fi/verkkosivujen-suunnittelu/#11_Asettelu_ja_sommitelu. Viitattu: 11.10.2017.
- Omnipartners. 2017. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://omnipartners.fi/sanakirja/haku-kone/>. Viitattu: 02.05.2017.
- Omnipartners. 2017. SEO. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://omnipartners.fi/sanakirja/hakukoneoptimointi-seo/>. Viitattu: 02.05.2017.
- Orpana, M. 2017. Kuvien merkitys verkkosivuilla. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://www.kupli.fi/kuvien-merkitys-verkkosivuilla/>. Viitattu: 23.10.2017.
- Peltomaa, J. 2017. Värien psykologia ja merkitys viestinnässä. Kuvio. Saatavissa: <http://brand-news.fi/wp-content/uploads/2016/07/V%C3%A4rienpsykologia.jpg>. Viitattu: 11.10.2017.
- SearchSOA. 2011. Content management systems (CMS). Www-dokumentti. SearchSIA. Saatavissa: <http://searchcontentmanagement.techtarget.com/definition/content-management-system-CMS>. Viitattu: 25.4.2017.
- WordPress Codex. 2017. Theme Development. Www-dokumentti. Saatavissa: https://codex.wordpress.org/Theme_Development. Viitattu: 11.10.2017
- WordPress.ORG. 2017. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://wordpress.org/about/requirements/>. Viitattu: 11.10.2017.
- Wp-palvelu.fi. 2017. WordPress. Www-dokumentti. Saatavissa: <https://wp-palvelu.fi/wordpress/>. Viitattu: 23.10.2017.

Värien psykologia ja vaikutus ihmismieleen (mukaillen: Peltomaa 2017.)

